ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ

ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 38

Одеса

2019

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Барна Марта Юріївна – доктор економічних наук, професор.
Велькі Януш – доктор економічних наук, професор.
Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор.
Гальцова Ольга Леонідівна – доктор економічних наук, професор.
Дзіеканські Павел – доктор економічних наук, професор.
Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, доцент.
Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор.
Стеблянко Ірина Олегівна – доктор економічних наук, доцент.
Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор.
Пілеліене Ліна – доктор економіки, професор маркетингу.
Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, доцент.

Електронна сторінка видання – www.market-infr.od.ua

Видання входить до «Переліку електронних фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі Наказу МОН України від 7 жовтня 2016 року № 1222

Рекомендовано до поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (протокол №12 від 23.12.2019)

ISSN (Online): 2519-2868

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2019

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

МОНОПСОНІЧНИЙ РИНОК ПРАЦІ ТА ЙОГО МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ
MONOPSONAL LABOR MARKET AND ITS PLACE IN UKRAINE'S ECONOMY

УДК 331.5:338(477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-1

Песцова-Світалка О.С.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії
та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія

У статті висвітлено результати аналізу ролі монопсонічного ринку праці в економіці України. Досліджено умови існування монопсонії на ринку праці та з'ясовано обмеження, які сприяють формуванню монопсонічного ринку праці. Встановлено, що в сучасних українських умовах монопсонія на ринку праці бере своє джерело в колишній радянській централізованій командно-плановій економіці. Визначено, що основними формами прояву монопсонії, які найбільш характерні для ринку праці України, є: єдине підприємство, яке є основним наймачем фахівців; монопсоністом виступає держава, охоплюючи такі сфери національної економіки, як освіта, охорона здоров'я, спорт. Проведено аналіз рівня заробітної плати в окремих вузькопрофесійних сферах національної економіки, для яких характерні стійкі монопсонічні утворення (у сфері охорони здоров'я, в освіті та у сфері спорту). Досліджено негативний вплив монопсонічного ринку праці для національної економіки. Обґрунтовано основні найбільш перспективні напрями вирішення проблеми монопсонії в економіці України.

Ключові слова: *монопсонія, монопсонічний ринок праці, ринкова влада роботодавця, граничні витрати на ресурс, заробітна плата.*

В статье освещены результаты анализа роли монопсонического рынка труда в экономике Украины. Исследованы условия существования монопсонии на рынке труда и определены ограничения, которые способствуют формированию монопсонического рынка труда. Установлено, что в современных украинских условиях монопсония на рынке труда берет свое начало в бывшей советской централизовано-плановой экономике. Определены основные формы проявления монопсонии, которые наиболее характерны для рынка труда Украины, а именно: единственное предприятие, которое есть основным нанимателем специалистов; в качестве монопсониста выступает государство, охватывая такие сферы национальной экономики, как образование, охрана здоровья, спорт. Проведен анализ уровня заработной платы в отдельных узкопрофессиональных сферах национальной экономики, для которых характерны устойчивые монопсонические образования (в сфере образования, охраны здоровья, спорта). Исследовано негативное влияние монопсонического рынка труда на национальную экономику. Обоснованы основные наиболее перспективные направления разрешения проблемы монопсонии в экономике Украины.

Ключевые слова: *монопсония, монопсонический рынок труда, рыночная власть работодателя, предельные затраты на ресурс, заработная плата.*

The article highlights the results of analysis the role of monopsonic labor market in Ukrainian economy. Conditions of monopsonic existence on the labor market are investigated, the restriction, contributed the monopsonic labor market formation, are founded too. It is defined, that in modern Ukrainian conditions monopsony in labor market has occurred from former soviet planned economy. It was time when whole town was connected with one big plant or factory and this plant is the main employer of specialists. The main forms of monopsony manifestation are identified, which the most characteristic of the Ukrainian labor market. Such as: one firm or group of firms hires the main part of workers in one profession; there are many skilled workers of one profession, but not united in trade union; specific type of profession is not mobile; monopsonic firm dictates wages for hired workers. It is clear that monopsonic labor market is characterized by mandatory availability one or some limitation geographical, industry, qualification, and even gender or physiological. The main forms of monopsony in Ukrainian labor market are: firstly, it is a one enterprise in small town or single employer for certain profession; secondly it is the whole state, as monopsonist, in such spheres as education, health, sport and so on. The analysis of the level of wages in some narrow monopsonic spheres of national economy is carried out. According to the State Statistics Commetee of Ukraine the average wage in health and social care sphere 34,0% less than average wage in Ukraine, the average wage in education – 20,6% less, the average wage in art, the average wage sport and entertainment and recreation – 14,1% less. The most promising directions for solving the problem of monopsony are grounded, such as: the increase of labor mobility both in the inter-sectoral and spatial dimensions; the incentives for employers and employees to invest in education, training, vocational training; the strengthening the role of trade unions, their real functions; the structuring of the economic system at the micro level and promoting small business development and improvement of antitrust law, including its scope for monopsony.

Key words: *monopsony, monopsonic labor market, employer market power, marginal cost of the resource, wages.*

Постановка проблеми. Серед усіх економічних ресурсів, використовуваних у виробництві товарів і послуг, найважливішим є праця. Це зумовлено тим, що суб'єктом ринку праці є практично кожен працездатний член суспільства, а винагорода (заробітна плата) є основною складовою частиною доходу більшості сімей будь-якої країни. До того ж проблеми зайнятості, безробіття, рівня заробітної плати стають об'єктом як політичної та економічної боротьби, так і державної політики.

На ринку праці досить часто може виникнути ситуація, коли монопольне становище займає покупець трудових ресурсів. Такий ринок називають монопсонією. Загалом він властивий невеликим містам, у яких кількість зайнятих на певному підприємстві становлять основну частину всіх працівників, які проживають у цьому місті. Оскільки трудові послуги у цьому разі не мобільні, тобто вони не можуть швидко змінити місце проживання чи кваліфікацію, підприємство диктує заробітну плату, визначаючи кількість взятих на роботу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування монопсонічного ринку праці досліджувалися зарубіжними та вітчизняними вченими, такими як Г.С. Беккер, О.С Ешенфелтер, Г. Файбер, М.Р. Ренсон, Дж. Робінсон, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Дж. Лендон, Р. Бейрд, Т.М. Камінська, В.І. Легкий, О.М. Могильний, Г.Г. Бабіч-Касьянєнко К.В., Ляскін, В.А. Шабашев, А.А. Рацлаф.

О.С. Ешенфелтер, Г. Файбер, М.Р. Ренсон здійснили огляд декількох емпіричних статей, в яких зроблено спробу виміряти поширення монопсонії на ринках праці [12]. К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю охарактеризували умови існування ринку монопсонії, пояснили формування ставки заробітної плати та рівня зайнятості на монопсонічному ринку праці [9]. Дж. Лендон, Р. Бейрд вивчили взаємозв'язок монопсонії і заробітної плати на прикладі ринку праці викладачів США [7]. Т.М. Камінська дослідила наслідки монопсонії на ринку праці державних медичних працівників, а саме стримання ціни праці, еміграцію та зниження якості медичних послуг [4]. В.І. Легкий з'ясовував вплив недосконалої конкуренції на ринку праці на зайнятість населення [6]. О.М. Могильний визначав дестабілізуючі чинники аграрного ринку праці, серед який виділив монопсонічну модель поведінки роботодавців у сільській місцевості [10]. К.В. Бабіч-Касьянєнко виділив монопсонічний характер формування ціни праці осіб з інвалідністю [1]. Г.Г. Ляскін, В.А. Шабашев проаналізували проблему дискримінації з боку роботодавців-монопсоністів, що займають домінуюче становище на ринку праці Росії, та з'ясували, що вона проявляється не лише в заниженні заробітної плати, а ще й у систематичному порушенні трудових норм і порушень [8]. А.А. Рацлаф дослідила зміст категорії монопсонії та систематизувала форми прояву монопсонії на ринку праці Росії [11].

Проте окремі аспекти функціонування монопсонічного ринку праці залишаються не досить вивченими. Тому дослідження місця і ролі монопсонії в економіці України є актуальним.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сфер прояву монопсонії, дослідження її негативного впливу та обґрунтування основних шляхів вирішення проблеми монопсонічного ринку праці. Поставлена мета визначила завдання: проаналізувати умови існування монопсонії на ринку праці та обмеження, які сприяють формуванню монопсонічного ринку праці; визначити основні форми прояву монопсонії, які найбільш характерні для ринку праці України; дослідити негативний вплив монопсонічного ринку праці; обґрунтувати основні напрями вирішення проблеми монопсонії в економіці України.

Методологічну та теоретичну основу дослідження становили праці провідних вітчизняних і закордонних учених із питань формування ринку праці. У роботі використано загальнонаукові методи порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення і поширення поняття «монопсонії» залишається не до кінця з'ясованим питанням економічної думки XX століття. Вважається, що вперше воно набуло своєї популярності з легкої руки Дж. Робінсон в 1969 р., яка поклала початок його широкому використанню для визначення ринку праці, в структурі якого попит на робочу силу представлений одним суб'єктом [12, с. 1].

Найбільш поширеним прикладом монопсоніста на ринку трудових ресурсів є єдине велике виробництво в невеликому містечку або єдина компанія, що виступає, з одного боку, монополістом на своєму ринку збуту, а з іншого – їй потрібні специфічні фахівці, працевлаштування яких на інших підприємствах за фахом просто неможливе. Монопсоністом може виступати і сама держава: наприклад, фахівці-вчителі в основному можуть бути задіяні в системі державної освіти (і лише малий відсоток – у приватних школах).

Якщо ринок праці конкурентний, то для нього характерна, з одного боку, значна кількість фірм, що конкурують одна з одною, а з іншого – численна група працівників, які мають однакову кваліфікацію. За цих умов ні фірми, ні працівники не можуть контролювати ринкові ставки заробітної плати. Інакше кажучи, фірма погоджується з ціною трудових послуг, що склалася на ринку. Вона може за цією ціною придбати нескінченну кількість трудових послуг. Тому пропозиція праці для окремої фірми на конкурентному ринку матиме вигляд прямої лінії, що відповідатиме ринковій ціні трудових послуг (W) та граничним витратам на цей ресурс (MRC).

Монопсонія на ринку праці може виникати за таких умов:

– одна фірма або група фірм наймає основну частину працівників певної професії;

– на ринку велика кількість кваліфікованих працівників, не об'єднаних у профспілки, й одна фірма-споживач або група фірм цього виду професії;

– через певні об'єктивні і суб'єктивні причини конкретний вид професії не є мобільним (наприклад географічна роз'єднаність, необхідність оволодівати новою професією, соціальні умови тощо);

– фірма-монопсоніст диктує умови оплати праці, а працівники або погоджуються, або шукають іншу роботу.

На монополістичному ринку праці крива граничних витрат на ресурс наймача (MRC) розташована вище кривої пропозиції праці (S). Врівноважуючи MRC з попитом на працю MRP в точці b, монопсоніст буде наймати Qm робітників (порівняно з Qc в умовах конкуренції) і сплачувати

ставку заробітної плати Wm (на відміну від ставки Wc за умов конкуренції). Для монополіста граничні витрати ресурсу (праці) будуть перевищувати ставку заробітної плати. Щоб максимізувати прибуток, фірма буде зрівнювати граничні витрати на ресурс (MRC) (працю) з MRP. Кількість робітників, найнятих монопсоністом, зазначено точкою Qm, а ставка заробітної плати Wm – відповідно точкою на кривій пропозиції ресурсу або кривій середніх витрат праці. За умов конкурентного ринку праці під час найму праці в умовах конкуренції рівень зайнятості має бути більше (Qc) і ставка заробітної плати (Wc) – вище. Для монополіста просто немає сенсу наймати робітників до точки, в якій ставка заробітної плати та MRP праці рівні [9, с. 547].

К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю зазначають, що більш висока заробітна плата, встановлена для залучення додаткових робітників, повинна виплачуватися всім робітникам, вже найнятим за нижчими ставками заробітної плати. Якщо цього немає, то моральний клімат серед робітників, безсумнівно, погіршиться і наймач зіткнеться з серйозними проблемами невдоволення робітників із-за диференціації ставок заробітної плати за одну і ту ж роботу. Що ж стосується витрат, то виплата єдиної заробітної плати всім робітникам буде означати, що витрати на додаткового робітника – граничні витрати на ресурс (працю), тобто MRC, – будуть перевищувати ставку заробітної плати на величину, необхідну для доведення ставки заробітної плати всіх уже найнятих робітників до нового рівня заробітної плати [9, с. 546].

За інших рівних умов монополіст максимізує свій прибуток шляхом найму меншої кількості робітників і при цьому виплачує ставку заробітної плати менше, ніж в умовах конкуренції. У результаті суспільство отримує менше продукції, а робітники отримують ставку заробітної плати менше на «bc», ніж їх граничний продукт у грошовому вираженні. Так само, як монополіст-продавець вважає вигідним скоротити виробництво, щоб підняти ціну на свої товари вище конкурентної, так і монопсоніст-наймач ресурсів вважає вигідним скорочувати зайнятість, щоб знизити ставки заробітної плати і, відповідно, витрати, тобто встановити ставки заробітної плати нижче конкурентної.

На думку К.Р. Макконел, С.Л. Брю, фактично монопсонічні ринки праці не характерні для США. Зазвичай існує значна кількість потенційних наймачів для більшості робітників, особливо коли ці робітники є мобільними в сенсі зміни їхньої спеціальності і місця проживання. Профспілки часто протистоять монопсонії на ринках праці. Проте економісти знайшли підтвердження існування монополії на таких різних ринках праці, як праця медичних сестер, професійних спортсменів, вчителів державних шкіл, працівників газетних видавництв і робочих деяких спеціальностей у будівництві [9, с. 547].

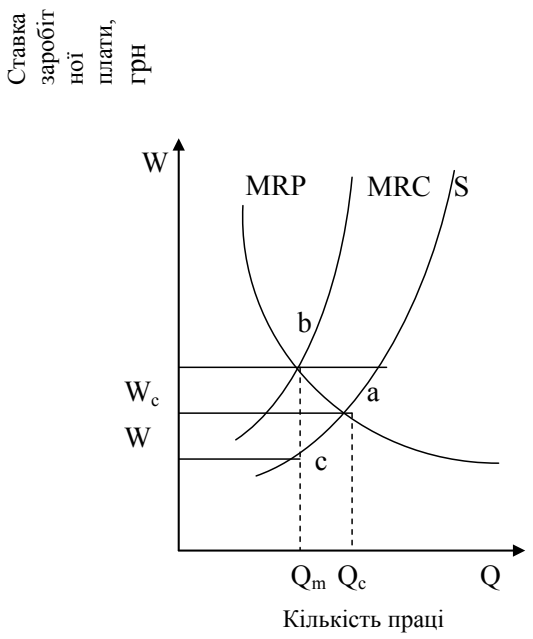


Рис. 1. Ставка заробітної плати та рівень зайнятості на монопсонічному ринку праці [9, с. 546]

У сучасних українських умовах монопсонія на ринку праці бере своє джерело в колишній радянській централізованій плановій економіці. Однак тодішня соціалістична монопсонія мала свої особливості. Так, на відміну від ринкового монопсоніста, держава не прагнула скорочувати зайнятість населення. Навпаки, одним із вагомих досягнень вважалося забезпечення повної зайнятості населення. Однак зворотною стороною такого підходу було штучне заниження оплати праці працюючих, так звана «зрівнялівка». Заниження рівня оплати праці досягалося, в тому числі, й через спровокований державою дефіцит товарів та послуг, який ще більше нівелював і так невисокий рівень оплати праці. З того часу в національній економіці сформувалися певні сфери, «кластери», в яких ринок праці має яскраво виражений монопсонічний характер. Наприклад, типовою ситуацією на ринку праці є монопсонія, коли підприємство у невеликому місті є головним (а фактично єдиним) покупцем, а тому має можливість вплинути на рівень зарплати. Це досягається шляхом скорочення чисельності найманих працівників. У результаті посилення конкуренції між працівниками їх зарплата знижується нижче рівноважного рівня.

В.І. Легкий зазначає, що наявність монопсонії на ринку праці України очевидна. Це – неминучий наслідок гігантоманії, коли цілі міста і регіони орієнтуються на обслуговування одного надвеликого підприємства, комплексу, залізниці, а поганий розвиток транспортної мережі, відсутність або нерозвиненість ринку житла зводять можливості географічної мобільності населення до мінімуму [6, с. 201].

Ринок праці в умовах монопсонії характеризується обов'язковою наявністю одного або

декількох обмежень: географічних, галузевих, кваліфікаційних і навіть гендерних чи фізіологічних. Прикладом таких обмежень може виступати монопсонія на ринку праці в невеликих населених пунктах. О.М. Могильний вважає, що монопсонія загострює соціально-економічну ситуацію на ринку праці і в сільській місцевості. Це такий тип ринку, на якому в конкретному селі (селищі) існує велика кількість продавців робочої сили і лише один покупець. Монопсонія переплітається з атрибутами галузі сільського господарства як сфери застосування праці, інституційним середовищем сільського ринку праці й унікальністю сільського способу життя [10, с. 6].

На думку Т.М. Камінської, типовими прикладами локальної монополії є поліклініки з територіальним закріпленням населення, сільські амбулаторії сімейного лікаря, а також центральні районні лікарні, розташовані за межами великих міст. Неможливість високої мобільності лікарів і медсестер на віддаленому регіональному ринку підживлює державну монопсонію [4, с. 80].

У більшості місцевостей великими наймачами медичних сестер є відносно невелика кількість лікарень. Більш того, медичних сестер із високим рівнем спеціалізації нелегко перемістити на інші посади. Було виявлено, що точно у відповідності з моделлю монопсонії, за інших рівних умов, чим менше число лікарень у місті (тобто чим вищий ступінь монопсонії), тим нижча початкова платня медичних сестер.

За даними Державного комітету статистики України у 2018 році середня заробітна плата за видами економічної діяльності в Україні становила 8865 грн, у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 5853 грн, що на 34,0% менше від середньої заробітної плати по Україні. Ще гірша ситуація з оплатою праці молодших медичних сестер, оскільки вона є ще нижчою і визначається рівнем мінімальної заробітної плати, станом на 2018 р. це 3723 грн без визначення податків на неї.

Аналогічна ситуація з оплатою праці властива й іншим видам економічної діяльності, для яких притаманна державна форма монопсонії. Так, в освіті середня заробітна плата – 7041 грн, що на 20,6% нижче від середнього рівня заробітної плати по Україні. У сфері мистецтва, спорту, розваг і відпочинку – 7612 грн, що на 14,1% менше. Для порівняння середня заробітна плата в державному управлінні й обороні та обов'язковому соціальному страхуванні становить 12 698 грн, що на 43,2% вище від середньої заробітної плати за всіма видами діяльності.

«Формування попиту та пропозиції на ринку робочої сили осіб з інвалідністю властива така специфіка: монопсонічний характер формування ціни праці осіб з інвалідністю зумовлений низьким попитом роботодавців і високою пропозицією робочої сили з боку інвалідів; невідповідність заробітної плати і високих витрат осіб з інвалідністю; низький ступінь можливості осіб з інвалідністю змінити соціальний статус, професійну належність, місце проживання», – зазначає Бабіч-Касьянєнко К.В. [1, с. 147].

А.А. Рацлаф виділила такі форми монопсонії на ринку праці Росії: 1) державна, коли держава здійснює контроль на ринку спеціалістів певних професій, перетворюючи підготовку цієї професії в спеціальну відносно самої держави; 2) єдине в місті підприємство, можливості альтернативного працевлаштування мінімальні; 3) цільова підготовка, перепідготовка кадрів відповідно до потреб розвитку територій; 4) сімейна монопсонія, коли єдиним споживачем робочої сили всіх членів сім'ї виступає фірма сімейного типу (як модель приватного підприємництва) [11, с. 178].

Все ж таки може існувати значна кількість потенційних наймачів для більшості робітників, особливо коли ці робітники є мобільними в сенсі зміни їхньої спеціальності і місця проживання. Крім того, світовий досвід доводить, що профспілкові організації можуть успішно протистояти монопсонії на ринках праці.

Г.Г. Ляскін, В.А. Шабаєв вважають, що ефективними шляхами вирішення проблеми монопсонії на регіональному ринку праці в Росії є: вдосконалення правової культури у сфері трудових відносин; підвищення міжгалузевої і територіальної мобільності трудових ресурсів; підвищення ролі профспілок і соціальної відповідальності бізнесу [8, с. 176–177].

О. Купець вказує, що мета трудового законодавства – захистити працівників від звільнення, від свавілля роботодавців. Може сприяти виправленню таких викривлень. Особливим викривленням є монопсонія, коли є єдиний роботодавець, який диктує умови. Законодавство дозволяє виправити це. Воно може стабілізувати рівні зайнятості і безробіття під час коливань, під час бізнес-циклу, захистити певні вразливі групи населення і також може дати стимул роботодавцям і працівникам вкладати інвестиції в освіту, в навчання, в професійну підготовку. Тому що тоді працівники будуть розуміти, що вони довго працюють і захищені. Є сенс вкладати інвестиції і час у навчання, і так само думають роботодавці [5].

Основними найбільш перспективними напрямами вирішення проблеми монопсонії в економіці України, на нашу думку, є: підвищення мобільності трудових ресурсів як у міжгалузевих так і міжпросторових вимірах; стимулювання роботодавців і працівників вкладати інвестиції в освіту, в навчання, у професійну підготовку; посилення ролі профспілок, їхніх реальних функцій; структурування економічної системи на мікрорівні та

сприяння розвитку малого бізнесу; вдосконалення антимонопольного законодавства, в тому числі у сфері його застосування для монопсонії.

Висновки з проведеного дослідження. Саморегулююча функція ринкової економіки з проблемою функціонування монопсонії впоратися не в силах. Адже вона спрацьовує лише в умовах конкуренції, якої за монопсонії немає. В такому разі, безумовно, виправданим є втручання держави, зокрема через встановлення мінімальної заробітної плати або мінімальної погодинної оплати праці, що обмежує потенційні зловживання з боку монопсоніста. З іншого боку, активна соціальна позиція працівників, діяльність профспілок є важливою частиною системи стримувань і противаг, які дозволять суспільству уникнути негативних проявів монопсонії на ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабіч-Касьянєнко К.В. Щодо необхідності розроблення концепції професійної реабілітації та сприяння зайнятості осіб з інвалідністю: огляд найбільш актуальних положень. Право і суспільство. 2018. №3. С.146– 150. URL: http://pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2018/3_2018/part_1/28.pdf (дата звернення 26.11.2019).

2. Беккер Г.С. Человеческое поведение. Избранные труды по экономической теории: пер. с анг. / сост., науч. ред., послесл. Р. Капелюшников; предисл. М.Левин. М. ГУ ВШЭ. 2003. 627 с.

3. Динаміка середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності. Державний комітет статистики України. URL: http:www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 20.12.2019).

4. Камінська Т.М. Вади державної монопсонії на ринку медичної праці. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. 2011. № 2(5). С. 77–89.

5. Купець О. Час – це гроші. URL: https://nv.ua/ukr/opinion/chas-tse-groshi-112998.html (дата звернення: 24.11.2019).

6. Легкий В.І. Теоретичні основи і досвід антикризового регулювання ринку праці та зайнятості населення. Інноваційна економіка. 2013. № 3(41). С. 199–202.

7. Лэндон Дж., Бэйрд Р. Монопсония на рынке труда преподавателей в США. Теоретические и прикладные исследования. 2004. № 1. С. 66–75. URL: https://vo.hse.ru/data/2015/04/24/1095308048/066-075_Monopsonia.pdf (дата звернення: 26.11.2019).

8. Ляскин Г.Г., Шабашев В.А. Подходы к оценке роли монопсонии на рынке труда: региональный аспект. Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2016. № 2. С. 169–179.

9. Макконнелл К.Р., Брю. С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Киев: Хагар-Демос, 1993. 785 с.

10. Могильний М.О. Аграрний ринок праці: функціональні особливості та їх соціально-економічні наслідки для населення. Економіка АПК, 2013. № 13. С. 5–12.

11. Рацлаф А.А. Монопсония на рынке труда. Экономика и управление. Молодой ученый. 2013. № 1(48). С. 177–179.

12. Ashenfelter O., Farber F., Ransom M. Modern Models of Monopsony in Labor Markets: A Brief Survey : Discussion Paper № 4915. Bonn : The Institute for the Study of Labor, 2010. URL: http://ftp.iza.org/dp4915.pdf (дата обращения: 26.11.2019).

13. Robinson J. The Economics of Imperfect Competition. 2nd ed. London : Macmillan, 1969. 352 p.

REFERENCES:

1. Babich-Kasianienko K.V. (2018) Shchodo neobkhidnosti rozroblennia kontseptsii profesiinoi reabilitatsii ta spryiannia zainiatosti osib z invalidnistiu: ohliad naibilsh aktualnykh polozhen [The need for developing the concept of vocational rehabilitation and promoting the employment of persons with disabilities: overview of the most relevant provisions]. Pravo i suspilstvo, no 3, pp. 146–150. URL: http://pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2018/3_2018/part_1/28.pdf (accessed 26 November 2019).

2. Bekker G.S. (2003) Chelovecheskoe povedenie. Izbrannye trudy po ekonomicheskoy teorii [Human Behavior. Selected Papers on Economic Theory], translated from English. Moscow: GU VShE publ., 627 p (in Russian)

3. Dynamika serednomisiachnoi zarobitnoi platy za vydamy ekonomichnoi diialnosti [Dynamics of average monthly wages by types of economic activity]. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. URL: http//:www.ukrstat.gov.ua (accessed 20 December 2019).

4. Kaminska T.M. (2011) Vady derzhavnoi monopsonii na rynku medychnoi pratsi [The failures of the public monopsony in the healt labor market]. Visnyk Natsionalnoi yurydychnoi akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho, no 2(5), pp. 77–89.

5. Kupets O. Chas – tse hroshi [Time is money]. URL:https://nv.ua/ukr/opinion/chas-tse-groshi-112998.html (accessed 24 November 2019).

6. Lehkyi V.I. (2013) Teoretychni osnovy i dosvid antykryzovoho rehuliuvannia rynku pratsi ta zainiatosti naselennia [The theoretical background and experience of anti-crisis regulation of the labor market and employment]. Innovatsiina ekonomika, no 3(41), pp. 199–202.

7. Lendon Dzh., Beyrd R. (2004) Monopsoniya na rynke truda prepodavateley v SShA [Monopsony in the US teacher market]. Teoreticheskie i prikladnye issledovaniya, no 1, pp. 66–75. URL: https://vo.hse.ru/data/2015/04/24/1095308048/066-075_Monopsonia.pdf (accessed 26 November 2019).

8. Lyaskin G.G., Shabashev V.A. (2016) Podkhody k otsenke roli monopsonii na rynke truda: regional'nyy aspekt [The role of monopsony in the labour market: a regional perspective]. Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Ekonomika», no 2, pp. 169–179.

9. Makkonnell K.R., Bryu. S.L. (1993) Ekonomiks: printsipy, problemy i politika [Economics: principles, problems and problems]. Kiev: Khagar-Demos, 1993.

10. Mohylnyi M.O. (2013) Ahrarnyi rynok pratsi: funktsionalni osoblyvosti ta yikh sotsialno-ekonomichni naslidky dlia naselennia [The agrarian labor market: functional features and their socio-economic consequences for the population]. Ekonomika APK, no 13, pp. 5–12.

11. Ratslaf A.A. (2013) Monopsoniya na rynke truda [Monopsony in the labor market]. Ekonomika i upravlenie. Molodoy uchenyy, no 1(48), pp.177–179.

12. Ashenfelter O., Farber F., Ransom M. (2010) Modern Models of Monopsony in Labor Markets: A Brief Survey : Discussion Paper № 4915. Bonn : The Institute for the Study of Labor. URL: http://ftp.iza.org/dp4915.pdf (accessed 26 November 2019).

13. Robinson J. (1969) The Economics of Imperfect Competition. 2nd ed. London: Macmillan.

Pestsova-Svitalka Oksana
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Theory and Economic Research
Poltava State Agrarian Academy

MONOPSONAL LABOR MARKET AND ITS PLACE IN UKRAINE'S ECONOMY

The purpose of the article. Labor is the main economical resources used in goods and services production. This is due to the fact that the subject of the labor market is virtually every able-bodied member of society. Also wages are a major component of the income of the vast majority of families in any country. The problems of employment, unemployment, wages are becoming the object of political and economic struggle and public policy. In the labor market, quite often there may be a situation where the buyer of labor resources occupies a monopoly position. Such a market is called monopsony. The purpose of the article is to analyze the areas of manifestation of monopsony, to study its negative impact and to substantiate the main ways of solving the problem of monopsonic labor market. The stated goal has defined the following tasks: to analyze the conditions of existence of monopsony in the labor market and restrictions that contribute to the formation of the monopsonic labor market; identify the main forms of monopsony that are most characteristic of the Ukrainian labor market; to investigate the negative impact of the monopsonic labor market; to substantiate the main directions of solving the problem of monopsony in the economy of Ukraine.

Methodology. The methodological and theoretical basis of the study were the works of leading domestic and foreign scientists on the formation of the labor market. The general scientific methods of comparison, generalization, analysis and synthesis are used in this work.

Results. In modern Ukrainian conditions monopsony in labor market has occurred from former soviet planned economy. It was time when whole town was connected with one big plant or factory and this plant is the main employer of specialists. The main forms of monopsony manifestation, which the most characteristic of the Ukrainian labor market, are: one firm or group of firms hires the main part of workers in one profession; there are many skilled workers of one profession, but not united in trade union; specific type of profession is not mobile; monopsonic firm dictates wages for hired workers. It is clear that monopsonic labor market is characterized by mandatory availability one or some limitation geographical, industry, qualification, and even gender or physiological. The main forms of monopsony in Ukrainian labor market are: firstly, it is a one enterprise in small town or single employer for certain profession; secondly it is the whole state, as monopsonist, in such spheres as education, health, sport and so on. According to the State Statistics Commetee of Ukraine the average wage in health and social care sphere 34,0% less than average wage in Ukraine, the average wage in education – 20,6% less, the average wage in art, the average wage sport and entertainment and recreation – 14,1% less. The most promising directions for solving the problem of monopsony are: the increase of labor mobility both in the inter-sectoral and spatial dimensions; the incentives for employers and employees to invest in education, training, vocational training; the strengthening the role of trade unions, their real functions; the structuring of the economic system at the micro level and promoting small business development and improvement of antitrust law, including its scope for monopsony.

Practical implications. The main most promising directions for solving the problem of monopsony in the economy of Ukraine are: increasing the mobility of labor resources both in the cross-sectoral and spatial dimensions; encouraging employers and employees to invest in education, training, and vocational training; strengthening the role of trade unions, their real functions; structuring the economic system at the micro level and promoting small business development; improvement of antitrust law, including its scope for monopsony.

Value/originality. In our work we have considered the issue of monopsony functioning in the labor market in Ukraine. Challenges and issues related to the monopsonic labor market outline prospects for further research. The relationship between the number of monopsonists and the level of average wages in a particular region studied by using the method of correlation analysis.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND THEIR IMPORTANCE FOR THE ECONOMY OF UKRAINE

УДК 339.727.22
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-2

Волошко Н.О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління національним господарством
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Кіба Ю.І.
студентка
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті досліджено значення прямих іноземних інвестицій для економіки України. Визначено форми іноземних інвестицій, встановлено коло суб'єктів іноземного інвестування, які можуть проводити інвестиційну діяльність на території України. З'ясовано значення поняття «інвестиційний клімат держави», представлено його складові. Охарактеризовано динаміку прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2005–2018 рр., на підставі якої виявлено тенденції іноземного інвестування в Україні та їх значення для національної економіки. Наголошено на важливості покращення інвестиційного клімату України, яке має бути актуальним завданням сьогодення щодо вдосконалення правової та організаційної бази іноземного інвестування. Через підвищення дієвості механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату стане можливим покращення стану національної економіки, а в перспективі – підвищення конкурентоспроможності продукції українського походження.

Ключові слова: *прямі іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, національна економіка, конкурентоспроможність, інвестор, інвестиційна діяльність.*

В статье исследовано значение прямых иностранных инвестиций для экономики Украины. Определены формы иностранных инвестиций, установлен круг субъектов иностранного инвестирования, которые могут проводить инвестиционную деятельность на территории Украины. Выяснено значение понятия «инвестиционный климат государства», представлены его составляющие. Охарактеризована динамика прямых иностранных инвестиций в экономику Украины за 2005–2018 гг., на основе которой выявлены тенденции иностранного инвестирования в Украину и их значение для национальной экономики. Сделан акцент на важности улучшения инвестиционного климата Украины, которое должно стать актуальным заданием настоящего касательно совершенствования правовой и организационной базы иностранного инвестирования. Из-за повышения действенности механизмов обеспечения благоприятного инвестиционного климата станет возможным улучшение состояния национальной экономики, а в перспективе – повышение конкурентоспособности продукции украинского происхождения.

Ключевые слова: *прямые иностранные инвестиции, инвестиционный климат, национальная экономика, конкурентоспособность, инвестор, инвестиционная деятельность.*

The article examines the importance of foreign direct investment for the Ukrainian economy. Forms of foreign investments are identified; a range of foreign investment entities that can carry out investment activities in Ukraine is established. The meaning of the concept of "investment climate of the state" is clarified, its components are presented. In the current conditions of intensification of international investment processes, Ukraine has an impressive space for investment activities: rich natural resources, considerable human potential, developed internal market infrastructure. The dynamics of foreign direct investment in the economy of Ukraine for the years 2005–2018 is characterized, on the basis of which tendencies of foreign investment in Ukraine and their importance for the national economy are revealed. It is determined that in Ukraine there is an unstable tendency for growth of foreign investments, which depends on both economic and political situation in the country. It is also influenced by external factors, such as exchange differences, hardness of the currency, and capacity of commodity markets and competitiveness of finished goods. The number of major foreign investor countries in Ukraine is established: Cyprus – 25.6%, the Netherlands – 15.8%, the Russian Federation – 11.6%, the United Kingdom – 5.4%, Germany – 4.3%, Austria – 4.2%, Switzerland – 4%. The importance of improving the investment climate of Ukraine, which should become an urgent task of the present in the field of improving the legal and organizational base of foreign investment, is emphasized. Due to the improvement of the mechanisms of ensuring a favorable investment climate, it will be possible to improve the state of the national economy and, in the long run, to increase the competitiveness of Ukrainian products of Ukrainian origin. It is determined that in order to improve the state of foreign investment in Ukraine, it is necessary to carry out a series of socio-economic reforms to improve the investment climate in the country. It is the sound investment policy of the state that will play a decisive role in securing the economy's exit from the crisis and its stable development. At the same time, it is necessary to create a favorable investment climate in order to attract more foreign investors on mutually beneficial terms.

Key words: *foreign direct investment, investment climate, national economy, competitiveness, investor, investment activity.*

Постановка проблеми. Важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки відіграють іноземні інвестиції. Залучення іноземних інвестицій дає змогу країні-реципієнту отримати низку вигід, основними з яких є поліпшення платіжного балансу; трансфер новітніх технологій та ноу-хау; комплексне використання ресурсів; розвиток експортного потенціалу та зниження рівня залежності від імпорту; досягнення соціально-економічного ефекту (підвищення рівня зайнятості, розбудова соціальної інфраструктури тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасним дослідженням прямих іноземних інвестицій присвячено чимало наукових праць. Серед вітчизняних учених, які досліджували проблеми залучення інвестицій в економіку України та

створення сприятливого інвестиційного клімату, слід назвати таких, як В. Козик, А. Філіпченко, Л. Гладка, О. Харун, К. Штепенко, А. Колеватова, А. Ставицька, К. Маркевич визначили проблеми залучення прямих іноземних інвестицій для розвитку національної економіки України.

Постановка завдання. Мета статті полягає в проведенні аналізу обсягів залучення прямих іноземних інвестицій та їх значення для економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Майнові вкладення в економіку закордонними суб'єктами інвестиційної діяльності, а саме іноземними державами, фізичними та юридичними особами, задля вилучення матеріальних або нематеріальних благ є іноземними інвестиціями. Законодавче закріплення іноземні інвестиції мають у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», в якому статтею 1 передбачено, що «іноземні інвестиції – це усі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються іноземними суб'єктами господарської діяльності в Україні, в результаті чого створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект» [1].

Закон України «Про режим іноземного інвестування» [2] регламентує, в якому вигляді можуть здійснюватися іноземні інвестиції. Отже, вони можуть мати вигляд:

– іноземної валюти, що визнається НБУ конвертованою;

– будь-якого рухомого й нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав;

– інших цінностей (майна), які визнаються іноземними інвестиціями відповідно до закону.

Також законодавством встановлено коло суб'єктів іноземного інвестування, які можуть проводити інвестиційну діяльність на території України. Отже, ними є [3]:

– юридичні особи, створені відповідно до законодавства іншої, ніж Україна, держави;

– фізичні особи – іноземці та особи без громадянства, які не мають постійного місця проживання в Україні й не обмежені в дієздатності;

– іноземні держави, міжнародні урядові та неурядові організації;

– інші іноземні суб'єкти інвестиційної діяльності, які визначаються такими відповідно до законодавства України.

В процесі залучення прямих іноземних інвестицій в національну економіку особливе значення має поняття «інвестиційний клімат держави», який є сукупністю політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність вітчизняних та закордонних інвесторів, а також сприяють їй [9]. Саме сприятливий інвестиційний клімат має забезпечити захист інвестора від інвестиційних ризиків, що пов'язані з непередбаченими фінансовими втратами капіталу й доходів. Саме ця сукупність інвестиційних ризиків всебічно характеризує інвестиційний клімат від несприятливого до сприятливого.

Щодо комплексної оцінки інвестиційного клімату країни, то він складається з трьох важливих підсистем [10; 11], а саме інвестиційного потенціалу, тобто сукупності факторів виробництва й сфер прикладання капіталу; інвестиційного ризику, тобто сукупності мінливих факторів ризику інвестування; законодавчих умов, тобто правової системи, що забезпечує стабільність діяльності інвесторів. Введення поняття «законодавчий ризик» відповідає принципам міжнародних оцінок інвестиційного клімату.

В сучасних умовах активізації міжнародних інвестиційних процесів Україна має вражаючий простір для інвестиційної діяльності, зокрема багаті природні ресурси, значний людський потенціал, розвинену інфраструктуру внутрішнього ринку. Проте низькі реальні обсяги іноземних інвестицій в Україні свідчать про вкрай недостатнє й навіть неефективне використання наявного інвестиційного потенціалу (рис. 1).

Найбільше прямих іноземних інвестицій в економіку України надійшло у 2005, 2007, 2008, 2012 рр. У 2008 р. Україна отримала іноземні інвестиції на суму 10 913 млн. дол. США. Політична криза в Україні негативно вплинула на обсяги іноземного інвестування, тому найменше інвестицій надійшло саме у 2014 р. (1 410 млн. дол. США).

В Україні спостерігається нестійка тенденція до зростання іноземних інвестицій, яка залежить як від економічної, так і від політичної ситуації в країні. Також на неї впливають зовнішні фактори, зокрема курсові різниці, твердість валюти, ємність товарних ринків та конкурентоспроможність готової продукції. Згідно з даними рис. 2 сповільнення темпів іноземного інвестування відбулось у 2006, 2009, 2013, 2014, 2017 рр.

Для національної економіки України вкрай важливим є саме залучення довгострокових іноземних інвестицій. В Україні існує достатня кількість інвестиційно привабливих факторів, які можуть сприяти розширенню її інвестиційних зв'язків, зокрема великий конкурентоспроможний та необмежений внутрішній ринок з більшості товарних позицій; вигідне географічне розташування на перетині основних транспортних шляхів між Європою та Азією; порівняно дешева та водночас кваліфікована робоча сила; науковий потенціал; розвинена інфраструктура. Проте, на жаль, сьогодні великі західні інвестори з обережністю ставляться до України.

Процес іноземного інвестування в Україні має певні особливості. Попри те, що у 2018 р. прямі іноземні інвестиції до економіки України надійшли близько з 90 країн світу, основна частина надходжень уже протягом багатьох років припадає на невелику кількість країн. Це свідчить про незна-

чну географічну диверсифікацію країн-експортерів прямих іноземних інвестицій до України.

Для української економіки важливими є інвестиції саме з країн, які є технологічними лідерами та спеціалізуються на виробництві товарів з високою часткою доданої вартості, а саме Франції, Італії, Німеччини, США та Японії. Однак сучасна національна економіка України приваблює таких іноземних країн-інвесторів, як Кіпр (25,6%), Нідерланди (15,8%), Російська Федерація (11,6%), Велика Британія (5,4%), Німеччина (4,3%), Австрія (4,2%), Швейцарія (4%) [6].

Найбільше іноземні інвестори вкладають у промисловість України (30%) та фінансову й страхову діяльність (27%). Майже на незмінному рівні за останні роки залишаються обсяги іноземних вкладень в оптову та роздрібну торгівлю [6].

Низький рівень довіри до влади, інтенсивне втручання органів державної влади в сектор приватного бізнесу, тіньова економіка, відсутність чіткої стратегії економічного розвитку країни, нестабільність у сфері оподаткування, нестабільність політичної ситуації в країні є вагомими причинами, що перешкоджають залученню іноземних інвестицій в Україну.

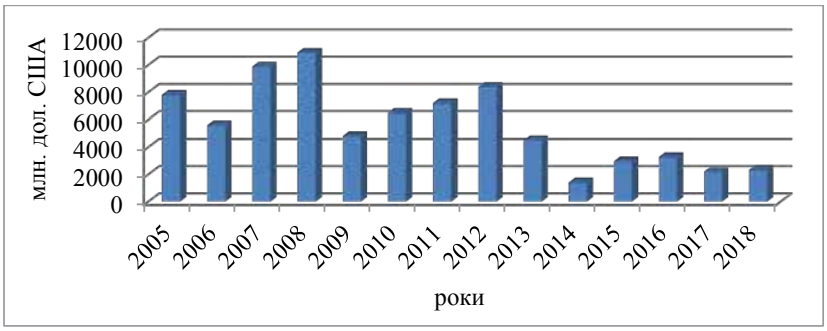


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2005–2018 рр., млн. дол. США

Джерело: складено за даними [4]

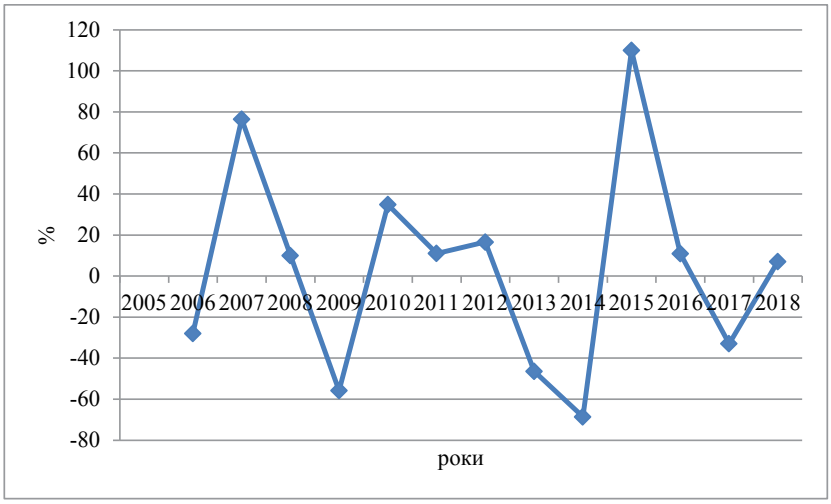


Рис. 2. Динаміка темпів приросту прямих іноземних інвестицій в Україні за 2005–2018 рр., %

Джерело: складено за даними [4]

Представлені тенденції прямих іноземних інвестицій в економіку України демонструють наявність негативних явищ у процесах інвестування. Зокрема, негативний вплив на залучення прямих іноземних інвестицій створюють політична та законодавча нестабільність, проблема надання надійних гарантій захисту від змін українського законодавства, вагомий податковий та адміністративний тиск, високий рівень інфляції, складний процес реєстрації, ліцензування й митних процедур.

Для того щоби зацікавити іноземних інвесторів у доцільності вкладення капіталу в економіку України, необхідно провести низку соціально-економічних реформ щодо покращення інвестиційного клімату в державі. Саме обґрунтована інвестиційна політика держави відіграватиме вирішальну роль у забезпеченні виходу економіки з кризового стану та становленні її стабільного розвитку. Одночасно необхідно створювати сприятливий інвестиційний клімат задля більш широкого залучення іноземних інвесторів на взаємовигідних умовах. В такому разі іноземні інвестиції можуть стати вагомим чинником, що впливатиме в майбутньому на обсяг національного виробництва, рівень зайнятості та споживання населення [7].

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження стану прямого іноземного інвестування в економіку України дало можливість відзначити, що головними шляхами вирішення проблем іноземного інвестування мають бути поліпшення інвестиційного клімату через удосконалення загального та спеціального законодавства, приведення його до європейських норм; виконання інвестиційних проєктів за принципом «єдиного вікна»; впровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування; створення дієвих урядових гарантій інвесторам, а також їх закріплення на законодавчому рівні. Саме покращення інвестиційного клімату України має бути актуальним завданням сьогодення щодо вдосконалення правової та організаційної бази. Через підвищення дієвості механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату стане можливим покращення стану національної економіки, а в перспективі – підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959-XII (із змінами та доповненнями). URL https:// ww.rada.gov.ua (дата звернення: 02.12.2019).
2. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19 березня 1996 р. № 93/96-ВР (із змінами та доповненнями). URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр (дата звернення: 02.12.2019).
3. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 02.12.2019).
4. Прямі іноземні інвестиції // Статистика Міністерства фінансів України. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018 (дата звернення: 02.12.2019).
5. Штепенко К., Забураєва О. Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/36.pdf (дата звернення: 02.12.2019).
6. Економічна статистика зовнішньоекономічної діяльності // Статистична інформація Державної служби статистики України. URL: http://ukrstat.gov.ua (дата звернення: 02.12.2019).
7. Маркевич К., Ставицька А. Особливості реалізації інвестиційної політики України на сучасному етапі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 2. Т. 3. С. 190–195. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_2_3/pdf/190-195.pdf (дата звернення: 02.12.2019).
8. Маркевич К. Поточний стан та перспективи прямого іноземного інвестування в економіку України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. № 2(1). С. 249–255.
9. Харинович Д. Інвестиційний потенціал України та проблеми формування у період фінансової кризи. URL: http://intkonf.org/harinovich-do-investitsiyniy-potentsial-ukrayini-ta-problemi-formuvannya-u-period-finansovoyi-krizi (дата звернення: 02.12.2019).
10. Поєдинок В. Види інвесторів за законодавством України. *Юридична Україна*. 2014. № 3. С. 48–52.
11. Колеватова А. Сучасний стан залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2018. Вип. 22. URL: http://global-national.in.ua/archive/22-2018/200.pdf (дата звернення: 02.12.2019).

REFERENCES:

1. Law of Ukraine “On Foreign Economic Activity” (with changes and additions). Available at: https:// ww.rada.gov.ua (accessed: 2 December 2019).
2. Law of Ukraine “On Foreign Investment Regime” (with changes and additions). Available at: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр (accessed: 2 December 2019).
3. Economic Code of Ukraine № 436-IV (with changes and additions). Available at: https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (accessed: 2 December 2019).
4. Foreign direct investment. Statistics of the Ministry of Finance of Ukraine. Available at: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018 (accessed: 2 December 2019).
5. Shtepenko K., Zaburayeva O. (2019) Analiz pryamykh inozemnykh investytsiy v ekonomiku Ukrayiny ta peredumovy neobkhidnosti yikh zaluchennya [Analysis of foreign direct investment in the Ukrainian economy and prerequisites for their involvement]. Effective Economics. Vol. 5. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/36.pdf (accessed: 2 December 2019).
6. Economic statistics of foreign economic activity. Statistical information of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://ukrstat.gov.ua (accessed: 2 December 2019).
7. Markevych K., Stavyts’ka A. (2010) Osoblyvosti realizatsiyi investytsiynoyi polityky Ukrayiny na suchasnomu etapi [Features of implementation of the investment policy of Ukraine at the present stage]. Bulletin of Khmelnitsky National University. Vol. 2. T. 3. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_2_3/pdf/190-195.pdf (accessed: 2 December 2019).
8. Markevych K. (2015) Potochnyy stan ta perspektyvy pryamoho inozemnoho investuvannya v ekonomiku Ukrayiny [Current status and prospects of foreign direct investment in Ukrainian economy]. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Vol. 2(1), pp. 249–255.
9. Kharynovych D. Investytsiynyy potentsial Ukrayiny ta problemy formuvannya u period finansovoyi kryzy [Investment potential of Ukraine and problems of formation during the financial crisis]. Available at: http://intkonf.org/harinovich-do-investitsiyniy-potentsial-ukrayini-ta-problemi-formuvannya-u-period-finansovoyi-krizi (accessed: 2 December 2019).
10. Poyedynok V. (2014) Vydy investoriv za zakonodavstvom Ukrayiny [Types of investors under the legislation of Ukraine]. Legal Ukraine, vol. 3, pp. 48–52.
11. Kolevatova A. (2018) Suchasnyy stan zaluchennya inozemnykh investytsiy v ekonomiku Ukrayiny [The current state of attraction of foreign investments in the economy of Ukraine]. Bulletin of the Mykolayiv National University Sukhomlinsky. Vol. 22. Available at: http://global-national.in.ua/archive/22-2018/200.pdf (accessed: 2 December 2019).

Voloshko Nataliia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of
Economics and Management of National Economy
Oles Honchar Dnipro National University
Kiba Julia
Student
Oles Honchar Dnipro National University

FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND THEIR IMPORTANCE FOR THE ECONOMY OF UKRAINE

The purpose of the article. Foreign investments play an important role in creating favorable conditions for the development of the Ukrainian economy. Attracting foreign investment enables the recipient country to benefit from a number of benefits, the main ones being improved balance of payments; transfer of the latest technologies and know-how; integrated use of resources; development of export potential and reduction of dependence on imports; achievement of socio-economic effect (increase of employment level, development of social infrastructure, etc.). Therefore, the purpose of the study is to analyze the volume of foreign investments attraction and their importance for the Ukrainian economy.

Methodology. In the course of the study, the patterns of foreign direct investment in the Ukrainian economy were revealed using a descriptive-analytical method. On the basis of statistical analysis the dynamics and tendencies of foreign direct investment in Ukraine are presented. Methods of theoretical and practical generalization have made it possible to identify problems and develop ways of intensifying foreign investment in Ukraine in order to strengthen their role in the national economy.

Results. In the process of attracting foreign direct investment in the national economy, the notion of "investment climate of the state", which is a set of political, legal, economic and social conditions that provide and facilitate the investment activity of domestic and foreign investors, is of particular importance. In the current conditions of intensification of international investment processes, Ukraine has an impressive space for investment activities: rich natural resources, considerable human potential, developed internal market infrastructure. It is proved that the largest number of foreign direct investments in the economy of Ukraine came in 2005, 2007, 2008, and 2012. In 2008, Ukraine received foreign investments worth USD 10913 million. USA. The political crisis in Ukraine adversely affected the volume of foreign investment, which is why the smallest investment came in 2014 (US $1.410 million). It is determined that attracting long-term foreign investment is of utmost importance for Ukraine's national economy. There are enough investment attractive factors in Ukraine that can contribute to expanding its investment ties: a large competitive and unrestricted domestic market from most commodities positions; favorable geographical location at the intersection of major transport routes between Europe and Asia; relatively cheap and at the same time skilled labor; scientific potential; developed infrastructure and more. Unfortunately, today, large Western investors are wary of Ukraine.

Practical implications. The study of the state of foreign direct investment in the economy of Ukraine has made it possible to note that the main ways of solving problems of foreign investment should be: improvement of the investment climate through improvement of general and special legislation, bringing it to European norms; execution of investment projects on the principle of "single window"; introduction of economic mechanism of insurance of risks of foreign investment; creating effective government guarantees for investors and securing them at the legislative level.

Value/originality. The presented foreign direct investment tendencies in the Ukrainian economy make it possible to determine the effectiveness of government guarantees to investors, to fix them at the legislative level, to identify problematic phenomena and to suggest ways of solving them.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

WORLD EXPERIENCE OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS IN ECONOMY AND POSSIBILITIES OF ITS USE IN UKRAINE

УДК 330.322(4+477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-3

Дугієнко Н.О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Запорізький національний університет
Долгова А.М.
студент
Запорізький національний університет

Сучасна глобальна економіка, яка формується глобалізацією, характеризується зростанням ролі прямих іноземних інвестицій, які відіграють важливу роль, оскільки вони є засобом досягнення цілей національних стратегій розвитку країн, а для приймаючих економік є невід'ємними частинами їх репродуктивного процесу. Запропоновано шляхи використання досвіду залучення іноземних інвестицій країн світу для вдосконалення державної інвестиційної політики в Україні. Зазначено актуальність розгляду узагальненого світового досвіду щодо формування державної інвестиційної політики та можливості його використання в Україні через реформування економічних процесів відповідно до європейських стандартів. На основі зарубіжного досвіду виявлено відмінні риси та особливості моделей політики залучення інвестицій цих країн на шляху до становлення інноваційної економіки, визначено відмінності у формах регулювання інвестиційної діяльності.

Ключові слова: *політика залучення інвестицій, інвестиційні компанії, державна інвестиційна діяльність, іноземний капітал, прямі інвестиції.*

Современная глобальная экономика, которая формируется глобализацией, характеризуется возрастанием роли прямых иностранных инвестиций, которые играют важную роль, поскольку они являются средством достижения целей национальных стратегий развития стран, а для принимающих экономик являются неотъемлемыми частями их репродуктивного процесса. Предложены пути использования опыта привлечения иностранных инвестиций стран мира для совершенствования государственной инвестиционной политики в Украине. Указана актуальность рассмотрения обобщенного мирового опыта касательно формирования государственной инвестиционной политики и возможности его использования в Украине через реформирование экономических процессов в соответствии с европейскими стандартами. На основе зарубежного опыта обнаружены отличительные черты и особенности моделей политики привлечения инвестиций этих стран на пути к становлению инновационной экономики, определены различия в формах регулирования инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: *политика привлечения инвестиций, инвестиционные компании, государственная инвестиционная деятельность, иностранный капитал, прямые инвестиции.*

The modern global economy, which is shaped by globalization, is characterized by an increase in the role of foreign direct investment, which plays an important role, as they serve as a means of achieving the goals of national development strategies of countries, and for host economies as an integral part of their reproductive process. Considering the state investment policy from the point of view of "successful" world experience in the process of economic modernization, the current conditions of world interaction, integration and globalization prove the need to take into account the factors that are determined by the peculiarities and specificities of each country's development. Research into the problems of investing in the economy has always been the focus of economic science. This situation is because of determining the process of economic growth as a whole; investments have an impact on all sectors of economic activity. The experience of attracting foreign investments in different countries of the world is considered. The peculiarities of the state policy of attracting investments of foreign countries are given. The ways of using the experience of attracting foreign investments of the countries of the world to improve the state investment policy in Ukraine are offered. The relevance of the consideration of global experience in the field of public investment policy formation and the possibility of its use in Ukraine through reforming economic processes in accordance with European standards are outlined. Based on the experience of countries such as the USA, China, Austria, the Netherlands, France, Japan and Georgia, the distinctive features and peculiarities of these countries' investment attraction policies towards the emergence of an innovative economy have been identified, and differences in the forms of investment regulation have been identified. Ukraine's path towards European integration requires the use of up-to-date approaches and priorities for the development of investment attraction policy worldwide. The study has shown that a wide range of macroeconomic, microeconomic and institutional instruments can be used within the framework of public investment policy.

Key words: *investment attraction policy, investment companies, state investment activity, foreign capital, direct investment.*

Постановка проблеми. Проблема залучення іноземних інвестицій залишається однією з найактуальніших для багатьох країн світу. Різні країни використовують різні засоби та механізми для стимулювання розвитку інвестиційної привабливості на макро-, мезо- та мікрорівнях, щоби максимально реалізувати інвестиційний потенціал. Нині Україна перебуває на шляху до європейської інтеграції, що вимагає застосування світових методів та пріоритетів для розвитку інвестиційної діяльності. Таким чином, політика залучення інвестицій України повинна включати основні аспекти світового досвіду з урахуванням останніх тенденцій та потреб світової економіки.

Оскільки в Україні відбувається реформування економічних процесів згідно з європейськими стандартами, доречно розглянути узагальнення світового досвіду щодо залучення інвестицій та формування державної інвестиційної політики, можливості її використання в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Праці вчених, таких як Д.В. Ванкович, В.М. Геєць, Л.В. Гоцуляк, Н.Б. Демчищак, О.А. Колодізієв, Г. Копперн, М.І. Крупка, Г.В. Марков, Ю.Д. Притика, Я.А. Солтис, Ф.П. Ткачик, присвячені розгляду проблем залучення інвестицій в економіку. Однак аналіз публікацій щодо ефективної державної політики залучення інвестицій є неповним.

На цьому етапі розвитку нашої країни необхідно вивчити світовий досвід та можливість його використання в Україні для вдосконалення державної інвестиційної політики.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення досвіду залучення іноземних інвестицій країн світу та можливості його застосування в Україні. Інвестиції – це ресурси для прискорення процесу обігу капіталу суб'єктів господарювання. Вони забезпечують зростання прибутковості, формують пріоритетні напрями розвитку економіки, стимулюють перебудову системи управління господарською діяльністю, забезпечують створення високотехнологічних галузей, підвищують рівень соціальних стандартів. Завдяки інвестиційним ресурсам зростає ВВП, прискорюється його перерозподіл між учасниками економічних процесів, галузей економіки. Водночас рівень розвитку окремих складових економічної системи залежить від державних пріоритетів та цілей, які повинні відповідати основним потребам суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Більшість учених вважають, що державна політика залучення інвестицій означає систему заходів, яких вживає держава задля створення необхідних умов для розширення інвестиційної діяльності, стабілізації економічної системи та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання [1].

Результат удосконалення державної інвестиційної політики повинен стимулювати розвиток інтенсифікації виробничої складової економіки, підвищувати рівень підприємницької діяльності. В інтересах посилення виробничого потенціалу та сталого розвитку більшість держав прагне залучити іноземні інвестиції.

Розглянемо досвід країн світу, стратегії економічного розвитку яких можуть слугувати прикладом для вдосконалення формування політики залучення інвестицій в Україні.

Так, державна інвестиційна політика як американських, так і іноземних компаній у США спрямована на залучення інвестицій. Нині ця країна посідає перше місце за обсягом залученого іноземного капіталу в економіку своєї країни. Щодо залучення інвестицій у країну, то США дотримуються політики максимального стимулювання іноземних інвесторів, зберігаючи за собою право контролювати інвестиції в найбільш чутливих галузях економіки. Регулювання іноземних інвестицій у цій країні здійснюється на федеральному та державному рівнях. На федеральному рівні встановлюються загальні вимоги до іноземних інвестицій, а на державному рівні органи місцевого самоврядування відповідних держав встановлюють конкретні вимоги щодо участі іноземних інвесторів у проєктах. На основі довгострокових та короткострокових програм, розроблених на основі місцевих особливостей та потреб відповідно до місцевого законодавства, кожна держава самостійно працює над залученням іноземних інвестицій [2].

Політика залучення інвестицій Китаю як частина стратегії реформування та модернізації значною мірою визначає високі темпи економічного зростання та соціальних змін у Китаї. Вона все більше поширюється на зовнішньоекономічний курс країни, робить все більший вплив на економіку сусідніх країн. Слід зазначити, що Китай враховує обсяг іноземних інвестицій відповідно до укладених контрактів, а також обсяги інвестицій, витрачених за такими контрактами. Очевидно, що обсяг витрачених інвестицій менший, ніж обсяг за контрактами. Нормативні документи, прийняті у 2013 році владою Китаю, виявились логічним продовженням державної політики щодо покращення інвестиційного клімату, яка розпочалась у 2012 році [3].

Незважаючи на досить активне залучення іноземних інвестицій у Китаї, конкуренція передових економік вимагає прийняття активних рішень владою такої країни, які б враховували нові тенденції на світовому інвестиційному ринку. На наш погляд, для цього потрібно:

– спростити процедури затвердження інвестиційних проєктів;

– підвищити ефективність діяльності органів державної влади шляхом усунення дублювання функцій та процедур;

– реформувати ринок цінних паперів та судову систему [5].

Аналіз державної інвестиційної політики в Австрії показав, що в країні немає єдиного державного акта, що регулює інвестиційні відносини. Порядок та умови інвестицій та різні форми їх стимулювання закріплені у федеральних та земельних актах та директивах з конкретних питань. Основний принцип австрійської політики залучення інвестицій полягає у наданні інвесторам свободи вибору інвестиційних напрямів та джерел їх фінансування. Держава не встановлює прямих обмежень щодо інвестиційної діяльності в жодній галузі. Водночас іноді інвестиції можуть бути обмежені потребою в отриманні спеціального дозволу на певні види підприємницької діяльності, вимоги щодо охорони навколишнього природного середовища та інших нормативних актів, не пов'язаних безпосередньо з інвестиційними питаннями.

Іноземні інвестори взаємно забезпечуються національним режимом в Австрії. Іноземні інвестиції дозволені у всіх галузях її економіки, крім оборонної промисловості, підприємств та організацій, що фінансуються за рахунок державного фінансування (федеральна залізниця, поштова та телеграфна служба, радіо та телебачення), а також у галузі та діяльності, що є державною монополією (виробництво тютюнових та алкогольних напоїв).

Державна політика залучення інвестицій Нідерландів традиційно має імідж країни зі сприятливим

інвестиційним кліматом через простоту реєстрації юридичних осіб, відсутність адміністративних бар'єрів, сприятливе правове середовище, насамперед податкові преференції, а також велику кількість міжнародних договорів про уникнення подвійного оподаткування. Привабливість голландського ринку для довгострокових інвестиційних проєктів останніми роками зростає. Уряд Нідерландів послідовно реалізує стратегію залучення іноземних інвестицій до країни на основі партнерства держави, бізнесу та науки. Політика залучення інвестицій Нідерландів заснована на розумному представленні інвестиційних проєктів потенційним іноземним партнерам. У Нідерландах є спеціалізоване державне агентство з іноземних інвестицій, яке є підрозділом Міністерства економіки [6].

У Франції немає єдиного спеціального закону, що регулює іноземні інвестиції, але існує система попереднього повідомлення органів влади про намір продовжити термін тестування щодо переважно інвесторів з країн, які не є членами ЄС, якщо вони беруть участь у діяльності французької компанії.

Узагальнюючи досвід країн ЄС, зазначаємо, що уряди застосовують вибірковий підхід до кожного окремого напряму інвестицій, використовуючи досить широкий спектр фіскальних інструментів (податкові преференції, субсидії тощо). Також слід зазначити, що розвинені країни бачать основу своєї конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі, а саме в інноваційному розвитку власної економіки в галузі енергетики та екології, транспорту, інформаційних та телекомунікаційних систем, охорони здоров'я [5].

Уряди США, ЄС та Японії впевнені, що інноваційні технології в цих сферах дадуть їм змогу сформувати нові технологічні зразки, здатні забезпечити основу для динамічного економічного зростання, глобального економічного лідерства та вирішення соціальних проблем (охорона здоров'я, безробіття).

Нині підвищення ефективності реалізації державних інвестиційних програм є досить актуальним в Україні. Залишаються питання щодо вибору методів фінансування, проведення експертизи, контролю та моніторингу державних інвестиційних програм [7]. Досвід Грузії досить цікавий для України. У країні є три вільні промислові зони, які створюють умови для ефективної підтримки міжнародної торгівлі та звільнення від оподаткування міжнародних компаній. Закон про вільні промислові зони був прийнятий для підтримки інвестицій в Грузію, стимулювання експорту, розвитку міжнародної торгівлі та транзитної діяльності. Сприятливі умови оподаткування та митного контролю у вільних промислових зонах забезпечують потужне стимулювання для іноземних компаній перенести свої виробничі потужності в ці зони. Наявність вільних промислових зон сприяла зростанню промисловості, надаючи нові можливості для інвестицій у такі галузі, як металургія, нафтохімічна промисловість, автомобільна промисловість, фармацевтика, електроніка, виробництво медичного обладнання та будівельних матеріалів. Компанії, які розміщують свої виробничі потужності у вільних промислових зонах, можуть отримати такі стимули:

1) підприємства, розташовані у вільних промислових зонах, звільняються від податку на майно;

2) ПДВ не застосовується до товарів, придбаних за кордоном та ввезених у ці зони;

3) ПДВ не застосовується для операцій між підприємствами, розташованими у вільних промислових зонах;

4) надання товарів/послуг між підприємствами в цих районах не обкладається ПДВ;

5) іноземні товари, що ввозяться у вільні промислові зони, не обкладаються митом;

6) продукція, що виробляється в цих зонах, обкладається лише ПДВ у межах спеціального митного режиму незалежно від кількості товарів;

7) обмінні операції не контролюються, відсутні бар'єри для торгівлі;

8) прибуток, отриманий іноземною компанією в результаті роботи у вільних промислових зонах, не обкладається податком на прибуток;

9) працівники підприємств, що перебувають у вільних промислових зонах, особисто сплачують податок на прибуток шляхом декларування доходів, оскільки підприємство, розташоване в цих зонах, не є агентом, який сплачує податки за працівників, отже, не зобов'язане утримувати податок із заробітної плати [4].

Також зауважимо, що сільськогосподарські підприємства не сплачують ПДВ, не обкладаються податком на прибуток і не сплачують ввізне мито на сільськогосподарське обладнання. Слід зазначити, що сільське господарство отримало додаткові переваги від режимів вільної торгівлі, що є угодами про вільну торгівлю, де Європейський Союз надає країнам, що розвиваються, переваги у доступі до його ринку.

Підсумовуючи досвід Грузії, зазначимо, що Україна мала спробу стимулювати інвестиції шляхом створення спеціальних економічних зон, але, на жаль, нам не вдалося отримати певного результату. Однак застосування досвіду підтримки сільського господарства цілком реально реалізувати в Україні. Таким чином, в аналізованих зарубіжних країнах, а також в Україні інтеграційні процеси, що відбуваються у світі, останніми роками мають великий вплив на державну політику залучення інвестицій. Однак є деякі відмінності, які Україна повинна враховувати під час формування ефективної інвестиційної моделі держави.

1) З США Україна може запозичити жорстку систему контролю інвестиційної діяльності.

2) З Японії вона може запозичити скрупульозність щодо потенційних інвесторів.

3) З боку Франції вона може запозичити політику, спрямовану на зменшення ризику фінансів, внесених до інвестиційних фондів;

Все це дало б змогу українській державі успішно інтегруватися в систему світової економіки та посісти своє місце серед експортно-імпортного обігу у світі. Єдиний політичний та економічний курс у сфері залучення іноземних інвестицій, застосовуваний у всіх вищезазначених розвинених зарубіжних країнах, повинен слугувати прикладом для України для формування ефективної системи інвестиційного законодавства та розвитку політики залучення інвестицій.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що державна політика залучення інвестицій України має стати основним напрямом економічної політики держави та забезпечити формування ефективних механізмів приваблення інвестиційних ресурсів у розвиток національної економіки. На основі аналізу світового досвіду залучення інвестицій можемо виділити такі підходи в державній інвестиційній політиці України:

– привести нормативну базу у відповідність до європейських стандартів;

– розширити сферу бюджетних інвестицій шляхом активізації діяльності Державного банку реконструкції та розвитку задля підтримки пріоритетних напрямів розвитку;

– використовуючи передовий досвід розвинених країн, запровадити нові форми підтримки таких галузей, як вугільна промисловість, сільське господарство, які стимулювали б національні приватні інвестиції в цьому напрямі;

– переорієнтувати державні інвестиції на економічну, соціальну інфраструктуру та інноваційні програми, що забезпечило б перехід економіки країни до високотехнологічних та наукоємних галузей, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність українських підприємств на світовому ринку.

Усі вищезазначені заходи дадуть змогу забезпечити прозорість та ефективність державних інвестицій, спрямувати інвестиційні потоки у пріоритетні галузі економіки та створити основу для активізації інвестиційної діяльності в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Крупка М.І. Формування фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в економіці України. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 404 с.

2. Голеніщева Є.Ю. Особливості формування та реалізації державної інвестиційної політики в різних країнах світу. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2016. № 1. С. 115–122.

3. Новоселова Л.В. О реализации инвестиционной составляющей стратегии экономического роста в КНР. *Российский экономический журнал*. 2016. № 4. С. 63–72.

4. Затонацька Т.Г. Світовий досвід формування інвестиційної політики та механізмів її реалізації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. № 8. С. 6–10.

5. Майєр Д.М. Основні проблеми розвитку економіки. Київ, 2003. 688 с.

6. Качний О.С. Зарубіжний досвід формування механізмів державного управління соціально-економічним розвитком регіонів. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2017. № 2. С. 170–174.

7. Давимука С.А. Тенденції розвитку нової регіональної політики країн-членів Європейського Союзу. *Регіональна економіка*. 2019. № 1. С. 76–85.

REFERENCES:

1. Krupka M.I. (2011) Formuvannja finansovogho potencialu investycijnoji dijaljnosti v ekonomici Ukrajiny [Formation of financial potential of investment activity in the economy of Ukraine]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka, pp. 404.

2. Holenishcheva Ye.Yu. (2016) Osoblyvosti formuvannja ta realizaciji derzhavnoji investycijnoji polityky v riznykh krajinakh svitu [Features of the formation and implementation of state investment policy in different countries of the world]. Visnyk Natsionalnoho universytetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy, vol. 1, pp. 115–122.

3. Novoselova L.V. (2016) O realyzacy [About the implementation of the investment component of the strategy of economic growth in the PRC]. *Russian economic journal*, vol. 4, pp. 63–72.

4. Zatonatska T.H. (2014) Svitovyj dosvid formuvannja investycijnoji polityky ta mekhanizmiv jiji realizaciji [World experience in the formation of investment policy and mechanisms for its implementation]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika, vol. 8, pp. 6–10.

5. Meyer D.M. (2003) Osnovni problem rozvytku ekonomiky [Main problems of economic development]. Kiev, pp. 688.

6. Kacnyi O.S. (2017) Zarubizhnyj dosvid formuvannja mekhanizmiv derzhavnogho upravlinnja socialjno-ekonomichnym rozvytkom reghioniv [Foreign experience of forming the mechanisms of state management of socio-economic development of regions]. *Public and Customs Administration*, vol. 2, pp. 170–174.

7. Davymuka S.A. (2019) Tendenciji rozvytku novoji reghionaljnoji polityky krajin-chleniv Jevropejsjkogho Sojuzu [Trends of development of new regional policy of the EU member states]. *Regional Economics*, vol. 1, pp. 76–85.

Dugienko Natalia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economics,
Natural Resources and Economics of International Tourism
Zaporizhzhya National University
Dolhova Anastasiia
Student
Zaporizhzhya National University

WORLD EXPERIENCE OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS IN ECONOMY AND POSSIBILITIES OF ITS USE IN UKRAINE

The purpose of the article. The modern global economy, which is shaped by globalization, is characterized by an increase in the role of foreign direct investment, which plays an important role, as they serve as a means of achieving the goals of national development strategies of countries, and for host economies as an integral part of their reproductive process. Currently, Ukraine is on the path to European integration, which requires the use of global approaches and priorities for the development of investment activities.

Considering the state investment policy from the point of view of "successful" world experience in the process of economic modernization, the current conditions of world interaction, integration and globalization prove the need to take into account the factors that are determined by the peculiarities and specificities of each country's development. Monitoring the progress of world countries in improving their investment policies and investment climate by leading organizations has identified key problems, challenges and risks of Ukraine's investment policy.

Methodology. An analytical approach to identifying the main problems of investment attraction policy in Ukraine was used. By monitoring foreign models of attracting foreign investments, it is easier to develop new measures to modernize the government's investment attraction policy.

Results. The experience of attracting foreign investments in different countries of the world is considered. The state policy of attracting investments of Ukraine should become the main direction of the economic policy of the state and ensure the formation of effective mechanisms for attracting investment resources in the development of the national economy. The result of the improvement of the state investment policy should stimulate the development of the intensification of the production component of the economy, increase of the level of business activity. In the interest of enhancing productive capacity and sustainable development, most states are seeking to attract foreign investment. Investments are resources to accelerate the process of capital turnover of business entities. They provide growth of profitability, form priority directions of economic development, stimulate restructuring of the system of management of economic activity, provide creation of high-tech industries, and raise the level of social standards.

Practical implications. Let us pay special attention to the so-called additional features of conducting investment policy of foreign countries and find a way to improve the policy of Ukraine.

Value/originality. In our work, we have considered the issue of attracting investment. The relevance of the review is to summarize the global experience in the formulation of public investment policy and the possibility of its use in Ukraine through reforming economic processes in accordance with European standards. Challenges and issues outline the prospects for further investment policy research. The study has shown that a wide range of macroeconomic, microeconomic and institutional instruments can be used within the framework of public investment policy.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

THE IMPACT OF GLOBAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL HEALTHCARE MARKET

УДК 339.94+614:339.92-042.3
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-4

Ерфан Є.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Ужгородський національний університет
Павлишин К.Р.
студент
Ужгородський національний університет

У статті розглядаються такі поняття, як технологізація, інформаційно-комунікативні технології у контексті світового ринку послуг у сфері охорони здоров'я. Розкрито вплив глобальних технологій на розвиток світового ринку медичних послуг та проведено оцінювання ефективності функціонування світового ринку медичних послуг в умовах глобалізації. Підкреслено важливість використання сучасних технологій під час надання медичних послуг. Охарактеризовано стан та перспективи розвитку телемедичних технологій на ринку медичних послуг. Активний розвиток телекомунікаційних технологій сьогодні впливає практично на всі галузі суспільного життя, в тому числі і на охорону здоров'я, де з'являється практично нова галузь медицини – мобільна охорона здоров'я (мобільна медицина), що дає змогу пацієнтам отримати широкий доступ до медичних послуг, здійснювати профілактику, моніторинг та лікування захворювань у режимі реального часу.

Ключові слова: *глобальні технології, технологізація, інформаційно-комунікативні технології, мобільна медицина. телемедицина.*

В статье рассматриваются такие понятия, как технологизация, информационно-коммуникативные технологии в контексте мирового рынка услуг в сфере здравоохранения. Раскрыто влияние глобальных технологий на развитие мирового рынка медицинских услуг и проведена оценка эффективности функционирования мирового рынка медицинских услуг в условиях глобализации. Подчеркнута важность использования современных технологий при оказании медицинских услуг. Охарактеризовано состояние и перспективы развития телемедицинских технологий на рынке медицинских услуг. Активное развитие телекоммуникационных технологий оказывает влияние практически на все области общественной жизни, в том числе на здравоохранение, где появляется практически новая отрасль медицины – мобильное здравоохранение (мобильная медицина), что позволяет пациентам получить широкий доступ к медицинским услугам, осуществлять профилактику, мониторинг и лечение заболеваний в режиме реального времени.

Ключевые слова: *глобальные технологии, технологизация, информационно-коммуникативные технологии, мобильная медицина, телемедицина.*

The article deals with such concepts as technology, information and communication technologies in the context of the global healthcare market. The influence of global technologies on the development of the world market of medical services is revealed and the efficiency of functioning of the world market of medical services in the conditions of globalization is evaluated. It is determined that modern medical progress is associated with the development of more sophisticated and expensive technologies, the introduction of high-tech interventions. Technology has the deepest impact on medicine, both on the health care system, the doctor's relationship with the patient, and on medical thinking in general, medical education, research policy in the field, and more. Mobile health / medicine (mHealth) has been shown to enable patients to gain widespread access to health care services, to prevent, monitor and treat illnesses in real time, and the development of this industry will help to promote new standards of care delivery and increase its scope and quality and, consequently, improving the quality and life expectancy of the population. Based on the analysis of the process of informatization of the world market of medical services, it is established that the development of mobile technologies in the field of medicine is slower than in other areas. This is due to the lack of specific tools for the introduction of mobile medicine, the development of an international evaluation system for programs in this field, common standards and a research base. Today, the active development of telecommunications technology is affecting virtually all areas of public life, including healthcare, with the emergence of a virtually new field of medicine – mobile health (medicine, mHealth), enabling patients to gain widespread access to healthcare services, to prevent, monitor and treat the disease in real time. The development of this industry will contribute to the introduction of new standards for the provision of health care, increase its volume and quality, and thereby improve the quality and life expectancy of the population.

Key words: *global technologies, technologicalization, information and communication technologies, mobile medicine, telemedicine.*

Постановка проблеми. Актуальною проблемою є дослідження впливу глобальних технологій на розвиток світового ринку медичних послуг, його взаємозв'язку з процесами глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню ролі інформаційно-комунікативних технологій та телемедицини у розвитку глобального ринку послуг з охорони здоров'я, конкурентоспроможності медичних послуг присвячено роботи таких зарубіжних і вітчизняних учених, як П. Барстова, С. Бах, А. Блох, О. Голяченко, Б. Данилишин, В. Євсеєв, В. Куценко, Дж. Ламар, Р. Марк, В. Москаленко, Дж. Мур, В. Пономаренко, Дж. Сінгельман, Дж. Сколти, В. Слабінський, Г. Старостенко, М. Рахман, Р. Робертсон, М. Фащевський, К. Феірхерст, К. Хамілтон, Р. Харлінг, Сі Чандрашікхар, З. Чен, А. Шеіх та інші. Однак, незважаючи на велику кількість досліджень у цій сфері, увага дослідників зосереджується лише на окремих аспектах, тому питання впливу глобальних технологій на розвиток світового ринку послуг у сфері охорони здоров'я залишається не досить дослідженим і потребує подальшого аналізу.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні впливу глобальних технологій на розвиток світового ринку медичних послуг, з якого випливають також другорядні завдання, а саме визначення основних понять, в тому числі технологізація, інформаційно-комунікативні технології, мобільна медицина.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найбільш потужних тенденцій розвитку світового ринку медичних послуг, що складаються під впливом процесів глобалізації та глобальних технологічних зрушень, є так звана інформатизація (технологізація) медицини, яка є фундаментальною характеристикою сучасної медичної галузі. Під цим терміном розуміється повсюдне поширення в системі медичної допомоги сучасних науково-технічних медичних заходів, а також постійний процес їхнього вдосконалення.

Сучасний прогрес у сфері послуг з охорони здоров'я пов'язується з розвитком все складніших і дорожчих технологій, впровадженням високотехнологічних втручань. Технологізація має найглибший вплив на сферу послуг з охорони здоров'я, на систему організації охорони здоров'я, медичну освіту, політику наукових досліджень у цій сфері тощо. Сучасні технології сьогодні є рушійною силою розвитку системи охорони здоров'я, і подальший розвиток сучасної медичної науки є неможливим без розвитку мобільної медицини, важливим аспектом якої є взаємодія між лікарем і пацієнтом за допомогою сучасних інформаційно-комунікативних технологій [1].

Використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій у системі охорони здоров'я здатне змінити принцип медичного обслуговування у глобальному масштабі.

Інформаційно-комунікаційні технології – це сукупність методів, виро-бничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих із метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, демонстрації та використання даних в інтересах їх користувачів [2].

Розвитку мобільної медицини сприяє низка чинників, таких як стрімкий розвиток мобільних технологій і програмних додатків, поява нових можливостей впровадження мобільних технологій в наявні служби електронної системи охорони здоров'я, а також постійне збільшення зон покриття мереж мобільного зв'язку.

За даними Міжнародного союзу електрозв'язку (МСЕ), кількість абонентів бездротового зв'язку становить більш ніж 5 млрд осіб, причому більша їх частина – 70% – проживає у країнах із низьким і середнім рівнем доходів [3]. За даними Асоціації GSM, більш ніж 85% населення світу знаходиться у зоні покриття комерційних мереж бездротового зв'язку [4].

Відповідно до світових тенденцій у галузі мобільної медицини, країни з більш високим рівнем доходів проявляють більшу активність, серед них найбільш активними порівняно з іншими регіонами світу є країни Європейського Союзу, що цілком зрозуміло, оскільки впровадження мобільних технологій потребує узгодження ініціатив, політики і стратегії розвитку галузі у короткостроковій та довгостроковій перспективі, ефективної державної політики та фінансових інвестицій у галузь, розуміння переваг мобільної медицини, наявності розширених можливостей та інфраструктури, ефективної системи аналізу та оцінки мобільної медицини у країні, співробітництва країн у галузі розроблення передових світових методик та обміну досвідом щодо їх упровадження.

Впровадження мобільної та електронної охорони здоров'я у світі є ва-жливим завданням для усіх країн, потенціал цієї галузі визнається ООН як додаткова стратегія зміцнення систем охорони здоров'я, підвищення рівня якості та доступності медичної допомоги за досягнення цілей розвитку тисячоліття [5].

Нині у світі немає стандартизованого визначення поняття мобільної медицини. За визначенням ВООЗ, мобільна медицина – розділ телемедицини, що забезпечує надання медичної допомоги і контроль за здоровим способом життя людини з використанням бездротових, телекомунікаційних технологій і мобільних пристроїв [6].

Термін Mobile Health був запропонований у 2003 році провідним екс-пертом у галузі мобільної медицини Р. Істепаніяном, який розробив концепцію нового рівня еволюції mHealth та запропонував термін 4GHealth – послуги mHealth на основі мереж 4G/LTE.

Першу систему mHealth було розроблено у 2005 році лондонським університетом за участі індійських учених, вона дала змогу здійснювати моніторинг стану здоров'я пацієнтів і передавати дані з мобільного телефону до клініки у будь-якому місці світу [7].

Сьогодні ринок mHealth розвивається за двома напрямами – Med (remote monitoring) – розроблення програм та обладнання для здійснення віддаленого моніторингу стану пацієнта; Fit (smart-wellness) – розроблення систем та пристроїв, призначених для контролю за дотриманням здорового способу життя (wellness), і фітнес-трекерів (fitness). Кожен із них включає як розроблення, виробництво і продаж на світових ринках приладів моніторингу стану здоров'я пацієнтів (приладів для лікарів – ЛПЗ-ЕКГ, моніторингу параметрів організму та приладів для пацієнтів – фітнес-трекерів, глюкометрів тощо), так і розроблення і впровадження у медичну практику мобільних додатків mHealth (телемедицини, адміністрування, управління робочими процесами, діагностики, призначення та прийому ліків тощо).

Мобільна телемедицина є також одним із напрямів мобільної охорони здо-ров'я у світі. Найвищий рівень використання ресурсів мобільної телемедицини, за оцінками експертів, спостерігається в американському (75%), європейському (64%) регіонах та регіоні Південно-Східної Азії (62%). Країни з високим рівнем доходів демонструють найвищі показники у галузі мобільної

телемедицини – 64%. Більшість ініціатив у галузі мобільної телемедицини – це консультації між медичними працівниками за допомогою голосового та sms-зв'язку, передача даних про стан здоров'я пацієнта за допомогою мобільних пристроїв, телефонні медичні консультації для пацієнтів із хронічними захворюваннями.

Світовий ринок mHealth має високий потенціал розвитку: за підрахунками експертів, загальний обсяг світового ринку у 2016 році становив 20,1 млрд дол. США із середньорічними темпами зростання 32% [8]. Експерти прогнозують подальше зростання світового ринку mHealth до 2022 року з темпами зростання 32,5% на рік і збільшенням його обсягу до 102, 4 млрд дол. США (рис. 1).

За прогнозами експертів, найбільшим ринком mHealth до 2022 року стане Європа – 38% світового ринку, ринок Північної Америки – 27%, Азійсько-Тихоокеанський регіон – 26%. У 2019 році, за прогнозами вчених BCC Re-search, очікується збільшення обсягу ринку мобільних медичних техноло-гій та приладів до 18,8 млрд дол. США (порівняно з 3,2 млрд дол. США у 2014 році), що дасть змогу більшій кількості користувачів проводити моніторинг стану свого організму [8].

Впровадження мобільних технологій у галузь медицини стрімко розвивається у всьому світі завдяки появі все нових технологій та створення нових можливостей для взаємодії лікаря і пацієнта. Перевагами такої взаємодії з боку пацієнта є спрощення процесу отримання медичної допомоги, для лікаря – зменшення навантаження від рутинних операцій, за рахунок чого збільшується час для діагностики та лікування. Мобільні технології в медицині спрощують отримання об'єктивних даних і прискорюють процес прийняття рішення щодо способу лікування, зменшують відстань між лікарем та пацієнтом, сприяють більш ефективному та оперативному спілкуванню медичних працівників. На тлі поступового старіння населення в усіх розвинених країнах світу та недостатньої при цьому чисельності лікарів первинної ланки ав-томатизований дистанційний моніторинг та консультування, самостійний нагляд за хворими за допомогою мобільних технологій стають вкрай необхідними.

Важливими чинниками розвитку галузі може стати популяризація mHealth за допомогою операторів мобільних мереж, що дає змогу забезпечити масове підключення, створити можливості користування мобільними медичними додатками за рахунок попередньої інсталяції на мобільні пристрої, а також доступність високошвидкісного зв'язку, що відкриває нові можливості для складних додатків mHealth, таких як дистанційне відеоконсультування, моніторинг розроблення нових лікарських засобів і моніторинг мереж їх постачання. Підвищення попиту на розумні гаджети серед споживачів і коефіцієнта використання мобільних пристроїв та медичних додатків для мобільної медицини для лікування хронічних захворювань, а також розвиток 3G- і 4G-мереж сприятиме безперебійному доступу до медичних послуг і подальшому розвитку саме пацієнтоорієнтованої системи охорони здоров'я.

Застосування технологій стало важливим фактором модернізації європейських систем охорони здоров'я. Потенційна ефективність, яку пропонують технології, є ключовою в роботі над охороною здоров'я загалом, гарантуючи безпечний та своєчасний доступ до медичних послуг для всіх. Цифрові підходи можуть полегшити навчання, спостереження, охорону здоров'я та надання послуг недооціненому населенню. Найголовнішим є те, що вони здатні надати можливості громадам та окремим людям покращувати власне здоров'я та добробут у нові та інноваційні способи.

Перешкоди для реалізації повного потенціалу новітніх послуг часто пов'язані з розподілом грошей, інтеграцією даних та забезпеченням робочої сили для прийняття змін. Державна стратегія повинна враховувати той факт, що компанії, як і уряди, мають можливість здійснювати контроль за порядком денним прогресу: країни європейського регіону та інших країн уже переходять на сучасну цифрову форму охорони здоров'я, але їм потрібні стратегічні підходи для оцифрування та пошук інвестицій для ключових цілей охорони здоров'я, зміцнення здоров'я та профілактики захворювань. Якщо брати до уваги уряди окремих держав, то для них важливо взяти на себе ініціативу і зрозу-

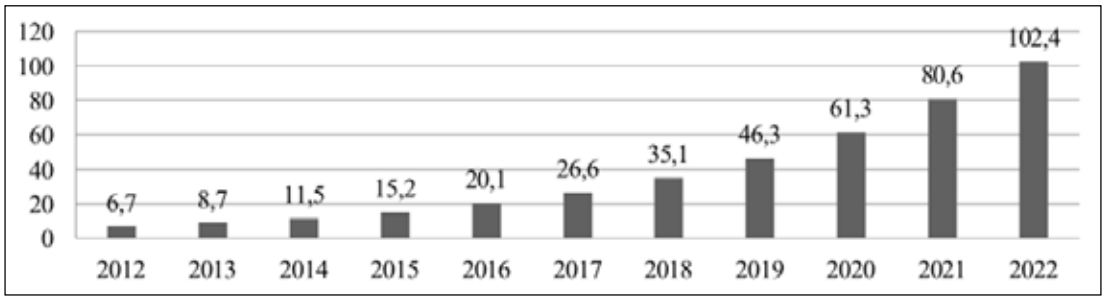


Рис. 1. Динаміка обсягів світового ринку mHealth до 2022 року (прогноз), млрд дол. США

Джерело: складено авторами за матеріалами [8; 9]

міти, який тип ринків медичних технологій вони бажають сформувати. Це повинні бути ринки, на яких взаємодія з пацієнтами та робочою силою є не просто задумом, а частиною плану [6].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, під технологізацією розуміється поширення в системі медичної допомоги сучасних науково-технічних медичних заходів, а також постійний процес їх удосконалення.

Мобільна медицина є розділом телемедицини, який забезпечує надання медичної допомоги та контроль за здоровим способом життя людини з використанням бездротових, телекомунікаційних технологій і мобільних пристроїв.

Нині ринок mHealth розвивається за двома напрямами – Med (remote monitoring) – створення програм та обладнання для здійснення віддаленого відстежування стану пацієнта; Fit (smart-wellness) – розроблення пристроїв, що призначені для контролю за дотриманням здорового способу життя, і фітнес-трекерів. Кожен із цих напрямів передбачає як розроблення, виробництво і продаж на міжнародних ринках приладів для відстежування стану здоров'я пацієнтів (приладів для лікарів – ЛПЗ-ЕКГ, моніторингу параметрів організму та приладів для пацієнтів – фітнес-трекерів, глюкометрів тощо), так і впровадження у медичну практику мобільних додатків mHealth.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ari Mwachofiand Assaf F. Al-Assaf, Health Care Market Deviations from the Ideal Market. URL: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3210041/ (дата звернення: 10.12.2019).

2. Г.Г. Швачич, В.В. Толстой, Л.М. Петречук, Ю.С. Іващенко, О.А. Гуляєва, О.В. Соболенко. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. Дніпро : НМетАУ, 2017. 230 с.

3. Fairhurst K., Sheikh A. Texting appointment reminders to repeated non-attenders in primary care: randomized controlled study. Quality and Safety in Health Care, 2008. 17(5). P. 373–376.

4. Hurling R. Using Internet and mobile phone technology to deliver an automated physical activity program: randomized controlled trial. Journal of Medical Internet Research, 2011, 9(2).

5. United Nations Organization. URL: http://www.un.org/ru/development/sur-veys/docs/whr.pdf (дата звернення: 11.12.2019).

6. The World Health Organization. URL: http://apps.who.int/gho/data/node.country (дата звернення: 11.12.2019)

7. Panamedical Consulting. Языковой барьер между врачами и пациентами в США. URL: http://www.intmedtourism.com/ru/news/167.html (дата звернення: 14.12.2019)

8. BCC Research. URL: http://www.bccresearch.com (дата звернення: 07.12.2019)

9. Bruce Einhorn Outsourcing the Patients. URL: http://www.businessweek.com (дата звернення: 08.12.2019)

REFERENCES:

1. Ari Mwachofiand Assaf F. Al-Assaf, Health Care Market Deviations from the Ideal Market. Available at: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3210041/ (accessed 10 December 2019).

2. Shvachych H.H., Tolstoi V.V., Petrechuk L.M., Ivashchenko Yu.S., Huliaieva O.A., Sobolenko O.V. (2017) Suchasni informaciyno-komunikaciyni tekhnologhii [Modern information and communication technologies]. Dnipro: NMetAU.

3. Fairhurst K., Sheikh A. Texting appointment reminders to repeated non-attenders in primary care: randomized controlled study. Quality and Safety in Health Care, 2008. 17(5). P. 373–376.

4. Hurling R. Using Internet and mobile phone technology to deliver an automated physical activity program: randomized controlled trial. Journal of Medical Internet Research, 2011, 9(2).

5. United Nations Organization. Available at: http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/whr.pdf (accessed 11 December 2019).

6. The World Health Organization. Available at: http://apps.who.int/gho/data/node.country (accessed 11 December 2019).

7. Panamedical Consulting. The language barrier between doctors and patients in the USA. Available at: http://www.intmedtourism.com/ru/news/167.html (accessed 14 December 2019).

8. BCC Research. Available at: http://www.bccresearch.com (accessed 07 December 2019).

9. Bruce Einhorn Outsourcing the Patients. Available at: http://www.businessweek.com (accessed 08 December 2019).

Erfan Yeva
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of International Economic Relations
Uzhhorod National University
Pavlyshyn Korneliya
Student
Uzhhorod National University

THE IMPACT OF GLOBAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL HEALTHCARE MARKET

The purpose of the article. It is proved that global processes penetrate into all structures of society and affect, including, the health care system, which is today one of the fastest growing sectors of the world economy. At the same time, the technological level and quality of the provided medical services determines their position on the world market and serve as the main criteria of choice for consumers from different countries of the world. Identification of globalization trends of the world healthcare market development is the main purpose of this article. It is determined that modern medical progress is associated with the development of more sophisticated and expensive technologies, the introduction of high-tech interventions, technology has the most profound impact on medicine, on the system of health care organization, on the doctor-patient relationship, and on medical thinking in general, medical education, and the research policy in this field. Mobile health / medicine (mHealth) has been created to enable patients to gain widespread access to health care services, to prevent, monitor and treat diseases in real time, and the development of this industry will facilitate the introduction of new standards of health care, increasing its scope and quality and, consequently, improving the quality and life expectancy of the population.

Methodology. Methodological and theoretical foundations of the study are based on the works of leading national and foreign scientists. The methodological basis of the research is the methods of abstraction, dialectics, systematic approaches to the analysis of the impact of global technologies on the development of the global healthcare market.

Results. In this study the values “technologicalization”, “information and communication technologies” and “mobile medicine” are revealed.

Mobile medicine is a section of telemedicine that provides care and control over a healthy lifestyle by using wireless, telecommunication technologies and mobile devices. Nowadays, the mHealth market is developing in two directions – Med (remote monitoring) – creating programs and equipment for remote patient monitoring and Fit (smart-wellness) – developing devices designed to monitor healthy lifestyle, and fitness trackers. Each of these areas envisages the development, production and sale on the international markets of devices for monitoring the health status of patients (devices for doctors and devices for patients – fitness trackers, glucometers, etc.), and implementation into the medical practice of mHealth mobile applications.

Practical implications. We will pay special attention to the use of the latest in-formation and communication technologies in the healthcare system that is able to change the principle of healthcare on a global scale.

Value/originality. In our work, we considered the factors that influence the development of the global healthcare market. In terms of further prospects, it can be said that the use of technology has become an important factor in the modernization of different health systems. The potential efficiencies offered by technology are key to health care in general, ensuring safe and timely access to health care for everyone. The results of this study can be used to improve the health care market in the future.

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

FOREIGN TRADE OF GOODS AND SERVICES IN MYKOLAIV REGION: MODERN STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-5

Кушнірук В.С.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу
Миколаївський національний аграрний університет
Донець Т.Є.
магістр
Миколаївський національний аграрний університет

У статті досліджено сучасний стан зовнішньої торгівлі в Миколаївській області за 2010–2018 роки. Розраховано сальдо зовнішньої торгівлі, враховуючи експорт та імпорт товарів та послуг. Обґрунтовано, що саме вплинуло на зростання експорту товарів та послуг. Проаналізовано окремо динаміку обсягів зовнішньої торгівлі товарами та розраховано їх сальдо. Наведено порівняння зовнішньої торгівлі товарами за окремими регіонами України. Наведено динаміку змін кількості підприємств та країн-партнерів в експорті та імпорті товарів у Миколаївській області. Проаналізовано обсяги експорту продуктів рослинного походження у вартісному вигляді за 2010–2018 роки, що представлені зерновими та олійними культурами. Проаналізовано динаміку обсягів зовнішньої торгівлі послугами та розраховано їхнє сальдо. Встановлено з проведеного статистичного аналізу послуг, що до країн експортувалися транспортні послуги; послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій; послуги з переробки матеріальних ресурсів; ділові послуги; послуги з будівництва.

Ключові слова: *експорт товарів та послуг, імпорт товарів та послуг, сальдо зовнішньої торгівлі, обсяги зовнішньої торгівлі, країни-партнери в експорті, географії експортної торгівлі.*

В статье исследовано современное состояние внешней торговли в Николаевской области за 2010–2018 годы. Рассчитано сальдо внешней торговли, учитывая экспорт и импорт товаров и услуг. Обосновано, что именно повлияло на рост экспорта товаров и услуг. Проанализирована отдельно динамика объемов внешней торговли товарами и рассчитано их сальдо. Приведено сравнение внешней торговли товарами по отдельным регионам Украины. Приведена динамика изменений количества предприятий и стран-партнеров в экспорте и импорте товаров в Николаевской области. Проанализированы объемы экспорта продуктов растительного происхождения в стоимостном выражении за 2010–2018 годы, представленные зерновыми и масличными культурами. Проанализирована динамика объемов внешней торговли услугами и рассчитано их сальдо. Установлено из проведенного статистического анализа услуг, что в страны экспортировались транспортные услуги; услуги по ремонту и техническому обслуживанию, не отнесенные к другим категориям; услуги по переработке материальных ресурсов; деловые услуги; услуги по строительству.

Ключевые слова: *экспорт товаров и услуг, импорт товаров и услуг, сальдо внешней торговли, объемы внешней торговки, страны-партнеры в экспорте, географии экспортной торговли.*

The article investigates the current state of foreign trade in the Mykolaiv region for 2010–2018. Foreign trade balance is calculated taking into account the export and import of goods and services. It is substantiated that the increase in export of goods was ensured by an increase in the supply of plant products, chemical and related industries, a decrease in imports – a reduction in the import of mineral products, land vehicles, aircrafts, floats, various industrial goods. The dynamics of foreign trade in goods is analyzed separately and their balance is calculated. A comparison of foreign trade in goods by individual regions of Ukraine is presented. The dynamics of changes in the number of enterprises and partner countries in the export and import of goods in the Mykolaiv region are given. Exports of products of plant origin in value for the period 2010–2018, represented by cereals and oilseeds, are analyzed. The dynamics of foreign trade in services is analyzed and their balance is calculated. It is established from the conducted statistical analysis of services that transport services were exported to the countries; repair and maintenance services, not elsewhere classified; material resources processing services; business services; construction services. It is concluded that the current state and prospects of development of foreign economic activity by enterprises of the Mykolaiv region are influenced by, namely: low competitiveness of products, which requires improvement of quality due to the introduction of international standards both for agricultural and industrial products; unsatisfactory financial condition of the enterprises of the region does not allow to improve the material and technical base and to introduce innovative technologies, which is the driving force of scientific and technological progress; the practical lack of admission of small and medium-sized businesses to foreign economic activity due to the monopoly position of large agricultural holdings and grain traders in Ukraine; the integration of farms into corporate structures will not only allow them to stay in the countryside, but also to form large batches of homogeneous products that are attractive to foreign buyers and promote export growth; Expanding the geography of export trade and imports will, first of all, have a positive impact on the balance of foreign trade in goods and services; Increasing exports of finished agricultural products, not raw materials, will not only conquer new markets but also increase foreign exchange earnings to Ukraine several times over. Of course, without reasonable state support for export and import issues, available credit resources, the current legislation on foreign economic activity and monopoly position, business in Ukraine is difficult to work with.

Key words: *exports of goods and services, imports of goods and services, foreign trade balance, foreign trade volumes, export partner countries, geography of export trade.*

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність з експорту товарів та послуг відіграє важливу роль як загалом для України, так і для кожного підприємства, що займається виробництвом та переробкою. Збільшення обсягів експорту товарів та послу наповнює бюджети підприємств валютними запасами, що сприятиме реалізації соціально-економічних реформ в державі. Саме ефективна, прибуткова та рентабельна експортна торгівля товарами та послугами є каталізатором та впливає на економічне зростання та розвиток України загалом. При цьому ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприятиме відтворенню експортного потенціалу країни, насамперед підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах,

забезпеченню економічної безпеки України. Нині на півдні України необхідно розширювати та створювати великі оптові експортно-орієнтовані бази сільськогосподарської та промислової продукції. Це потребує, на превеликий жаль, здешевлення системи кредитування, розроблення за можливих умов виграшу грантових проектів, рекламування виробничого та економічного потенціалу території перед іноземними інвесторами через розроблення інноваційно-інвестиційних проектів. При цьому необхідно підвищувати якість продукції та її конкурентоспроможність на світових ринках, а саме через диверсифікацію виробництва та запровадження міжнародних стандартів якості продукції. Отже, дослідження стану та перспектив розвитку торгівлі товарами та послугами є актуальним для України та дасть можливість сформувати концептуальні аспекти ефективної експортно-орієнтованої стратегії розвитку, що підвищить конкурентні позиції товарів та послуг на світових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрної сфери та переробної промисловості присвятили свої праці такі вчені, як І.В. Бабій [1], І.В. Багрова [2], Н.М. Богацька [3], А.А. Брояка [4], В.В. Бугас [5], Г.М. Дроздова [6], Н.А. Карасьова [8], А.В. Ключник [10], Н.В. Крилова [11], О.М. Матусова [12], О.Г. Мельник [13], Т.М. Мельник [14], Н.Я. Пітель [16], М.С. Рахман [17], Н.В. Шупрудько [19]. Однак, віддаючи належне результатам досліджень вищезазначених учених, зауважимо, що питання зовнішньої торгівлі товарами та послугами потребують глибокого вивчення в нашій країні, що в перспективі дасть можливість сформувати експортно орієнтовану стратегію розвитку, яка забезпечить збільшення обсягів експорту та підвищить світові конкурентні позиції на ринку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану зовнішньої торгівлі в Миколаївській області та перспективи розвитку експорту та імпорту товарів і послуг підприємствами регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2018 році зовнішня торгівля на Миколаївщині відзначилася помірним нарощенням обсягів експорту товарів та послуг за скорочення їх імпорту. Тенденція до збільшення обсягів експортної торгівлі, яка спостерігалася в регіоні у 2017 р., продовжилася і в 2018 р., імпортної – змінилася на протилежну (табл. 1).

У 2018 р. обсяг експорту товарів та послуг збільшився порівняно з 2017 р. на 8% (або на 168,1 млн дол. США) і становив 2267,6 млн дол. Імпорт товарів та послуг становив 764,9 млн дол. і зменшився на 6,2% (або на 50,3 млн дол.). Порівняно з 2010 р. експорт зріс на 26,7%, імпорт – знизився на 17,3%. Сальдо зовнішньої торгівлі є позитивним у сумі 1502,7 млн дол. за переважання експорту товарів та послуг над їх імпортом утричі (у 2017 р. сальдо дорівнювало 1284,3 млн дол., а відповідний коефіцієнт – 2,6, у 2010 р. – 864,1 млн дол. та 1,9).

Для структури зовнішньої торгівлі області, як і в попередні роки, характерне значне переважання товарів над послугами. Упродовж 2010–2018 рр. товарам належало від 88% до 97%, відповідно, послуги становили 12% і 3%. Зокрема, у 2018 р. частка товарів у структурі експорту становила 93,2%, імпорту – 96,7%, відповідно частка послуг – 6,8% та 3,3%.

Як зазначено вище, основне місце у зовнішній торгівлі регіону належить торгівлі товарами. Упродовж 2010–2017 рр. динаміка як експортної, так і імпортної торгівлі була нестабільною і характеризувалася постійними коливаннями. Найбільші обсяги експортних поставок спостерігалися у 2012 р., імпортних – у 2011 р. У 2018 році на Миколаївщині спостерігалося зростання обсягів експорту за скорочення імпорту товарів (рис. 1).

За даними Державної фіскальної служби України та звітів підприємств, у 2018 р. обсяг експорту товарів області становив 2112,7 млн дол. США і збільшився порівняно з 2017 р. на 11,2%, імпорту – 739,7 млн дол. США і зменшився на 5,4%. Відносно 2010 р. експорт збільшився на 32,3%, імпорт – скоротився на 14,6%. Зростання експорту товарів було забезпечено нарощенням поставок продуктів рослинного походження, продукції хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості, зниження імпорту – скороченням ввозу мінеральних продуктів, засобів наземного транспорту, літаль-

Таблиця 1

Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами та послугами в Миколаївській області, (млн дол. США) [18]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Експорт товарів та послуг	1789,5	1860,3	2584,5	2393,0	2055,0	1828,3	1886,3	2099,5	2267,6
Імпорт товарів та послуг	925,4	1118,5	981,8	1007,1	684,5	626,2	743,5	815,2	764,9
Сальдо	864,1	741,8	1602,7	1385,9	1370,5	1202,1	1142,8	1284,3	1502,7
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	1,9	1,7	2,6	2,4	3,0	2,9	2,5	2,6	3,0

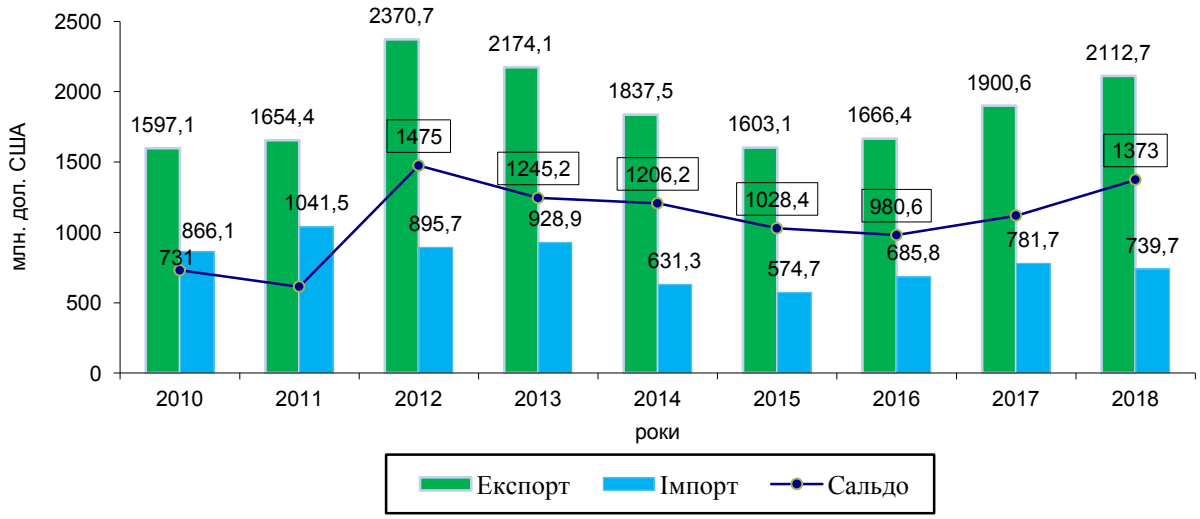


Рис. 1. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами

Джерело: [18]

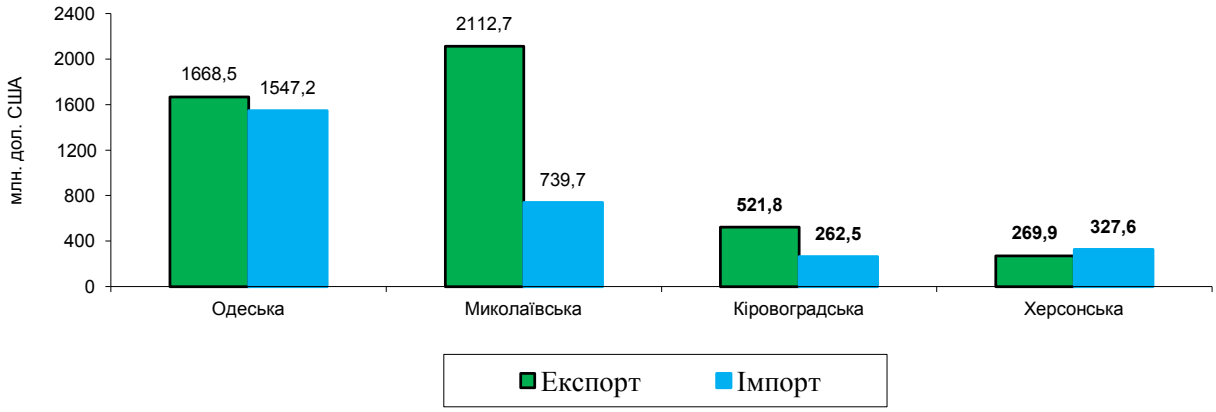


Рис. 2. Зовнішня торгівля товарами за окремими регіонами України у 2018 році

них апаратів, плавучих засобів, різних промислових товарів. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами у 2018 році становило 1373 млн дол. (у 2017 р. дорівнювало 1118,9 млн дол., у 2010 р. – 731 млн дол.), а коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 2,9 рази (у 2017 р. та 2010 р. – відповідно у 2,4 та 1,8 рази). Підприємства Миколаївщини у 2018 році забезпечили 4,5% українського експорту товарів та 1,3% імпорту, що відповідало 5 та 13–14 місцям серед регіонів країни.

Порівняно з сусідніми регіонами (Кіровоградською, Одеською та Херсонською областями) Миколаївщина займала провідні позиції, поступаючись тільки Одещині в імпортній торгівлі (рис. 2).

Обсяг експортної торгівлі підприємств Миколаївщини у 7,8 рази перевищив аналогічний показник Херсонщини, у 4 рази – Кіровоградщини та на 26,6% – Одещини.

Поряд з цим, із-за кордону підприємства Миколаївщини завезли товарів відповідно у 2,8 та у 2,3 рази більше, ніж Кіровоградщини та Херсонщини. У той же час обсяг імпорту у нашому регіоні більше ніж у 2 рази поступався обсягам імпорту Одещини.

У 2018 році в Миколаївській області кількість суб'єктів, які займалися експортом товарів, помітно скоротилася (табл. 2). У 2018 р. на зовнішній ринок виходило 363 підприємства регіону, що на 24 одиниці менше, ніж у попередньому році. При цьому відбулося помітне звуження географії експортної торгівлі – зі 137 у 2017 р. до 125 країн у 2018 р.

Основними країнами-партнерами з експорту товарів були Російська Федерація, до якої експортовано товарів на суму 550,8 млн дол., Індонезія (126,6 млн дол.), Туреччина (114,7 млн дол.), Китай (112,9 млн дол.), Німеччина (91,1 млн дол.) та Саудівська Аравія (89 млн дол.).

У 2018 р. відбулося вагоме зростання експорту до Російської Федерації (на 77,3 млн дол., або на 16,3%), що було зумовлено нарощенням поставок продуктів неорганічної хімії; Німеччини (на 69,5 млн дол., або у 4,2 рази) за рахунок збіль-

Таблиця 2

Динаміка зміни кількості підприємств та країн-партнерів в експорті та імпорті товарів у Миколаївській області (одиниць)

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Кількість підприємств-експортерів товарів	236	211	224	226	259	335	327	387	363
Кількість країн-партнерів в експорті товарів	115	110	117	110	121	113	134	137	125
Кількість підприємств-імпортерів товарів	247	254	265	252	259	274	300	358	337
Кількість країн-партнерів в імпорті товарів	81	79	79	84	79	92	102	95	95

Джерело: [18]

шення експорту насіння і плодів олійних рослин, зернових культур; Марокко (на 47,1 млн дол., або у 12 разів) за рахунок зростання поставок зернових культур. Натомість суттєво скоротилися експортні поставки до Єгипту (на 131,3 млн дол., або на 65,9%) та Індії (на 50,1 млн дол., або на 43,7%) (рис. 3).

Відзнакою року стала помітна активізація партнерських стосунків із країнами Європейського Союзу. Експорт товарів до країн ЄС становив 469,1 млн дол. і зріс порівняно з 2017 р. у 1,7 рази (за рахунок нарощення поставок продуктів рослинного походження). Частка країн ЄС в обласному експорті підвищилася з 14,2% до 22,2%. До країн ЄС експортувалися продукти рослинного походження, готові харчові продукти, в менших обсягах – текстильні матеріали та текстильні вироби, шкіра, жири та олії тваринного або рослинного походження.

Для структури експорту товарів притаманна висока концентрація. Майже 90% в ній визначили дві групи товарів: продукти рослинного походження, частка яких становила 61,1%, і продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 26,1%. Крім цього, помітними в експорті були поставки готових харчових продуктів, жирів та олій тваринного або рослинного походження, механічного та електротехнічного обладнання.

Обсяги експорту товарної продукції рослинного походження у вартісному вигляді за 2010–2018 роки наведено у таблиці 3.

У товарній структурі експорту регіону порівняно з попереднім роком частка продуктів рослинного походження підвищилася на 5,8 в.п., продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – на 1,1 в.п. Водночас на 4,4 в.п. знизилася питома вага жирів та олій тваринного або рослинного походження, на 1,2 в.п. – механічного та електротехнічного обладнання, на 1,1 в.п. – готових харчових продуктів. Порівняно з 2010 р. найбільш помітно скоротилася частка механічного та електротехнічного обладнання (на 13 в.п.) на користь продуктів рослинного походження, питома вага яких підвищилася на 16,6 в.п.

Більшість експортної торгівлі зосереджена в обласному центрі. У 2018 р. підприємства м. Мико-

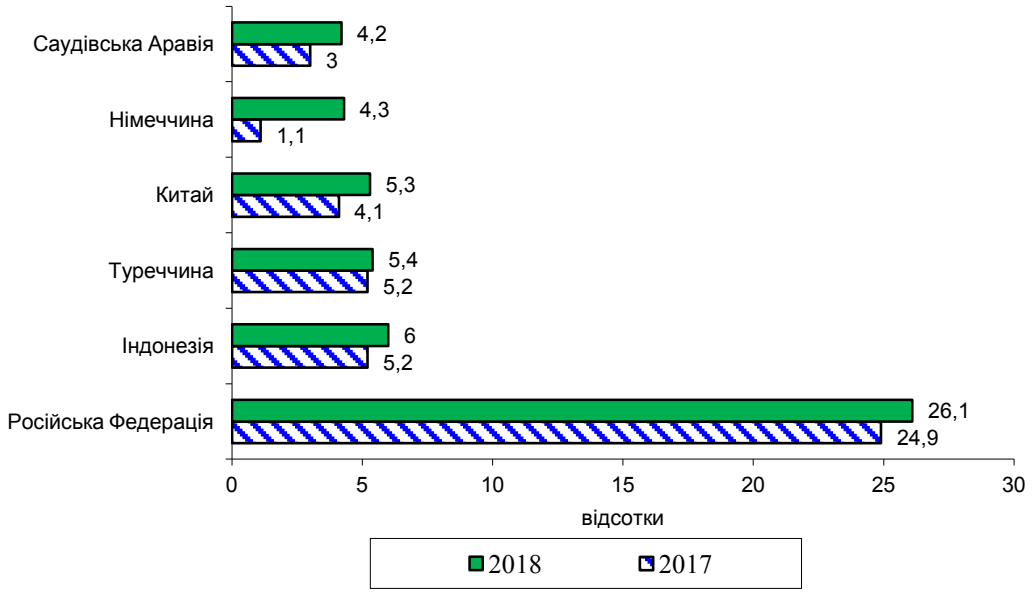


Рис. 3. Основні країни-партнери в експорті товарів у 2017–2018 роках

Таблиця 3

Експорт продуктів рослинного походження підприємствами в Миколаївській області (млн дол. США)

	2010 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. у % до 2017 р.
Усього	**709,2**	**832,6**	**947,8**	**1050,9**	**1291,3**	**122,9**
у тому числі						
зернові культури	544,9	698,9	707,6	843,5	1022,9	121,3
з них						
пшениця	222,4	296,3	317,4	364,8	519,8	142,5
кукурудза	175,0	267,7	273,2	344,3	374,4	108,7
ячмінь	132,8	121,7	111,0	126,5	122,4	96,8
насіння і плоди олійних рослин	126,4	130,9	234,6	200,8	258,2	128,6
з них						
соєві боби	16,8	68,5	159,2	112,0	112,0	100,0
насіння ріпаку	59,3	53,4	37,0	80,2	139,5	173,9
насіння соняшнику	41,5	7,9	36,8	1,7	2,8	164,7

Джерело: [18]

лаєва забезпечили 63,3% обласного експорту, а обсяг поставок становив 1337,6 млн дол., що на 7,2% більше, ніж у 2017 р. З інших адміністративно-територіальних одиниць помітними були обсяги торгівлі підприємств Вітовського району (33,3%), значно меншими – м. Первомайська (0,8%) та м. Вознесенська (0,7%).

У 2018 році на Миколаївщині скоротилася загальна кількість підприємств, які імпортували товари. Так, у 2018 році в області налічувалося 337 підприємств, що на 21 одиницю менше, ніж у попередньому році. При цьому географія імпортних поставок залишилася стабільною і дорівнювала 95 країнам.

Провідними країнами-партнерами залишилися Гвінея, з якої завезено товарів на суму 118,5 млн дол., Гаяна (75,9 млн дол.), Китай (65,8 млн дол.), Білорусь (65,6 млн дол.), Російська Федерація (56,3 млн дол.) та Польща (47,9 млн дол.) (рис. 4).

У 2018 р. значно скоротилися імпортні поставки з Бразилії та Сьєрра-Леоне (руд) – відповідно на 24,8 млн дол. (на 55,5%), та 12,3 млн дол. (на 99,9%), Російської Федерації (нафтопродуктів) – на 11,9 млн дол. (на 17,5%), Білорусі (нафтопродуктів та механічного обладнання) – на 11,2 млн дол. (на 14,6%). При цьому збільшення імпортних поставок спостерігалося з Гвінеї – на 20,9 млн дол. (на 21,5%) та Гаяни – на 14,9 млн дол. (на 24,4%).

Продовжилося зростання імпортної торгівлі з країнами ЄС. У 2018 р. з цих країн завезено товарів на суму 253,7 млн дол., що на 5,9% більше, ніж

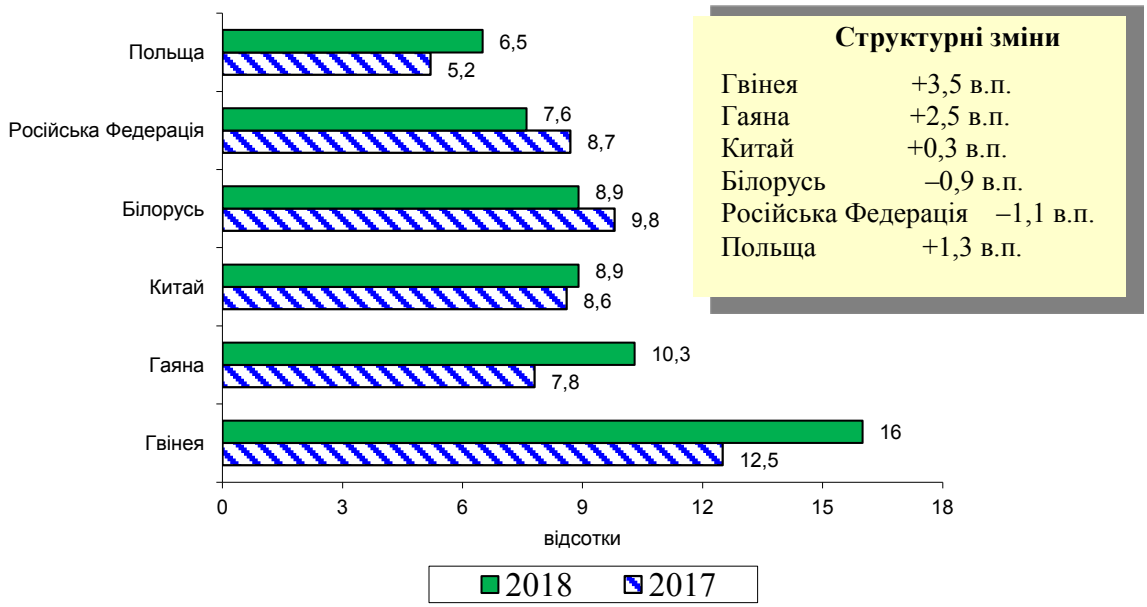


Рис. 4. Основні країни-партнери в імпорті товарів у 2017–2018 роках

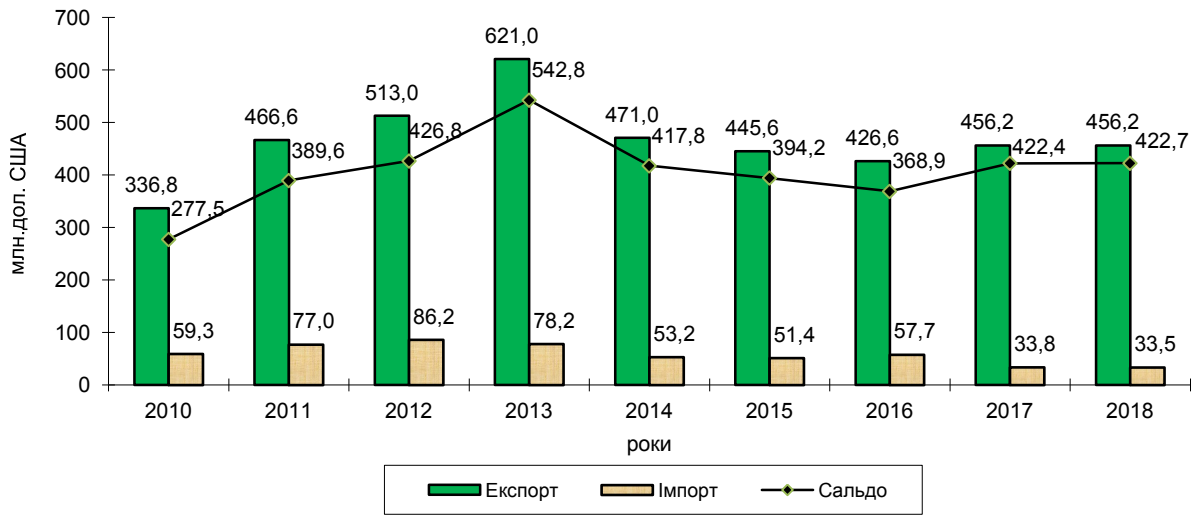


Рис. 5. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами

Джерело: [18]

у попередньому році (за рахунок нарощення ввозу готових харчових та мінеральних продуктів). При цьому частка в обласному імпорті збільшилася з 30,7% до 34,3%.

Упродовж 2010–2018 років обсяги зовнішньої торгівлі послугами були відмічені поступовим коливанням як експортної, так і імпортної торгівлі. Найбільші їх обсяги спостерігалися у 2013 р., коли обсяг експорту досяг 621 млн дол. США, імпорту – 78,2 млн дол. У 2018 році тенденція попередніх років до зростання експорту на фоні скорочення імпорту послуг посилилася.

У 2018р. експорт послуг становив 495,5 млн дол. США і збільшився у порівнянні з 2017 р. на 8,6%, імпорт становив 25,1 млн дол. і зменшився на 24,9% (відносно 2010 р. експорт зріс на 47,1%, імпорт – скоротився на 57,6%). Збільшення обсягів експорту відбулося за рахунок послуг із переробки матеріальних ресурсів, скорочення імпорту – за рахунок зменшення ділових та транспортних послуг. Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 19,7 за позитивного сальдо у розмірі 470,4 млн дол. (у 2017р. відповідні показники становили 13,6 та 422,7 млн дол., у 2010р. – 5,7 та 277,5 млн дол.).

Упродовж 2018 року на зовнішній ринок послуг виходило 133 підприємства Миколаївської області, серед яких 118, або 88,7% знаходилися в обласному центрі. Ними забезпечено 32,3% експорту та 83,6% імпорту послуг, при цьому обсяг експорту скоротився на 19,6%, імпорту – на 31%. Ще 67,2% експорту та 15,3% імпорту припало на підприємства Вітовського району. Крім того, на зовнішній ринок послуг виходили підприємства міст Вознесенська, Первомайська, Южноукраїнська та Миколаївського і Очаківського районів.

За останні вісім років питома вага Миколаївщини у зовнішній торгівлі послугами України коливалась в межах від 1,6% до 4,6% в експорті та від 0,6% до 1,3% – в імпорті. У 2018 р. за часткою у загальнодержавному експорті послуг, яка становила 4,2%, область посіла 4 місце серед регіонів країни. В імпорті регіон займав 15–17 місце (0,4% загальноукраїнського імпорту).

У порівнянні з сусідніми регіонами Миколаївщина випередила Кіровоградщину та Херсонщину в експорті послуг приблизно у 22 та 17 разів, в імпорті послуг – у 1,6 та у 2,3 рази, проте значно поступається Одещині – в експорті послуг на 29,8%, в імпорті – на 87,5%.

У 2018 році на фоні скорочення кількості підприємств, які надавали послуги іноземним партнерам, відбулося розширення географії послуг.

Більшість послуг надавалася представникам Швейцарії (в обсязі 392,8 млн дол.), в значно менших обсягах – Кіпру (10,6 млн дол.), Естонії (8,7 млн дол.), Німеччини (8,5 млн дол.), Російської Федерації (7,3 млн дол.) та Нідерландів (6,8 млн дол.).

У порівнянні з 2017 р. відбулося зростання експорту послуг до Швейцарії (на 73,2 млн дол., або на 22,9%), Німеччини (на 5,7 млн дол., або утричі), Гонконгу (на 5 млн дол., або у 5,8 рази), Російської Федерації (на 4,3 млн дол, або у 2,5 рази). При цьому обсяги послуг до Латвії скоротились на 15,3 млн дол. (на 96,5%), Великої Британії – на 12,4 млн дол. (на 77,3%), Об'єднаних Арабських Еміратів – на 5,6 млн дол. (на 75,9%), Індії – на 4,6 млн дол. (на 55,2%).

Експорт послуг до країн Європейського Союзу становив 55,4 млн дол., що на 33,6% менше, ніж у 2017 р. При цьому питома вага країн ЄС у загальнообласному експорті послуг скоротилася з 18,3% до 11,2%. До цих країн експортувалися головним чином транспортні послуги; послуги з ремонту та

технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій; послуги з переробки матеріальних ресурсів; ділові послуги; послуги з будівництва.

Структура експорту послуг регіону залишилася стабільною. Традиційно в ній домінували послуги з переробки матеріальних ресурсів, яких у 2018 р. надано іноземцям на суму 340,6 млн дол., та транспортні послуги – на 105,3 млн дол. Крім того, іноземним партнерам експортувалися послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій – на 26,9 млн дол, ділові послуги – на 13,8 млн дол.

У 2018 році за скорочення кількості підприємств, які імпортували послуги, географія імпорту послуг залишилася без змін і дорівнювала 68 країнам. При цьому основними країнами-партнерами в імпорті послуг були Велика Британія (4,9 млн дол.), Естонія (4 млн дол.), Нідерланди (2,1 млн дол.), Туреччина (1,5 млн дол), Російська Федерація (1,3 млн дол.), США (1,2 млн дол.) та Кіпр (1,1 млн дол.).

У 2018 році імпорт послуг з країн ЄС становив 17 млн дол., що на 29,5% менше, ніж у 2017 р. При цьому частка цих країн в обласному імпорті знизилася з 71,8% до 67,5%. Від партнерів із країн ЄС імпортувалися: ділові послуги; послуги, пов'язані з подорожами; роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності; транспортні послуги.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, на сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємствами Миколаївської області впливають: низька конкурентоспроможність продукції, що потребує підвищення якості через запровадження міжнародних стандартів як до продукції сільського господарства, так і до промислової; незадовільний фінансовий стан підприємств області не дає можливості покращувати матеріально-технічну базу та запроваджувати інноваційні технології, що є рушійною силою науко-технічного прогресу; практична відсутність допуску малого та середнього бізнесу до зовнішньоекономічної діяльності, що зумовлено монопольним становищем великих агрохолдингів та зернотрейдерів в Україні; об'єднання фермерських господарств у корпоративні структури дасть можливість не тільки утриматися на селі, а й формувати великі партії однотипної продукції, що є привабливим для іноземних покупців та сприятиме зростанню експорту; розширення географії експортної торгівлі та імпортних поставок, насамперед вплине позитивно на сальдо зовнішньої торгівлі товарами та послугами; збільшення експорту обсягів готової продукції сільського господарства, а не сировини, дасть можливість не тільки завойовувати нові ринки збуту, а й збільшувати в декілька раз валютні надходження до України. Звичайно, без виваженої державної підтримки з питань експорту та імпорту, доступних кредитних ресурсів, урегульованого чинного законодавства з питань зовнішньоекономічної діяльності та монопольного становища бізнесу в Україні важко працювати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабій І.В. Вплив факторів на забезпечення зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств. Економіка і суспільство: електронне наукове фахове видання. 2016. Вип. 3. С. 114–118. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-3 (дата звернення: 26.12.2019).
2. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник для вузів. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 580 с.
3. Богацька Н.М. Розроблення стратегії міжнародної економічної діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6993 (дата звернення: 27.12.2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.4.42
4. Брояка А.А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки.* Полтава, 2012. Випуск 5. Том 2. С.46–51.
5. Бугас В.В., Самійленко М. А. Реалії зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних і іноземних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6059 (дата звернення: 25.12.2019).
6. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2012. 172 с.
7. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12 (дата звернення: 23.12.2019).
8. Карасьова Н.А. Вектори експортних потоків аграрного сектору України. *Економіка АПК*. 2016. № 8. С. 41–48.
9. Кібік О.М., Хаймінова Ю.В. Засади розвитку участі митних та інших посередників у реалізації експортної стратегії України. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2017. Вип. 4. С. 16–25.
10. Ключник А.В. Стратегічні напрями розвитку експорту аграрних підприємств Миколаївської області. *Агросвіт*. 2011. № 19. С. 10–14.
11. Крилова Н.В. Міжнародна торгівля : навчальний посібник. Київ : Знання, 2013. 365 с.
12. Матусова О.М. Проблеми розвитку експортоорієнтованого малого бізнесу України. *Сучасні питання економіки і права*. 2013. Вип. 2. С. 69–74.
13. Мельник О.Г., Нагірна М.Я. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 63–66.
14. Мельник Т.М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції : монографія. Київ : КНТЕУ, 2013. 395 с.
15. Перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектора в зв'язку із підписанням Україною економічної частини Угоди про асоціацію з Європейським Союзом / М.І. Пугачов та ін.; за ред. М.І. Пугачова. Київ: ННЦ "ІАЕ", 2014. 44 с.

16. Пітель Н.Я. Проблеми розвитку експортоорієнтованої діяльності аграрної сфери економіки України. *Агросвіт.* №16. 2019. С. 25–34. URL: http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2934&i=3 (дата звернення: 27.12.2019). DOI: 10.32702/2306-6792.2019.16.25

17. Рахман М.С., Сіладі К.Б. Характеристика та аналіз сучасного стану зовнішньоекономічної діяльності України. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6581 (дата звернення: 27.12.2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.30

18. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля у Миколаївській області у 2018 році» [за редакцією З.А Лук'яненко]. Миколаїв: Головне управління статистики у Миколаївській області. 2019. 120 с. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 27.12.2019).

19. Шупрудько Н.В. Зовнішньоекономічна діяльність України у контексті зміцнення її економічної безпеки. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6546 (дата звернення: 27.12.2019).

REFERENCES:

1. Babii I.V. (2016) Vplyv faktoriv na zabezpechennia zovnishnoekonomichnoi diialnosti promyslovykh pidpryiemstv. [The influence of factors on the provision of foreign economic activity of industrial enterprises]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 3, pp. 114–118. Retrieved from: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-3 (accessed 26 December 2019).

2. Bahrova, I.V. (2014) Zovnishnoekonomichna diialnist pidpryiemstv [Foreign economic activity of enterprises]. Kyiv: Tsentr navchal'noi literatury. (in Ukrainian)

3. Bohatska N.M. (2019), Rozroblennia stratehii mizhnarodnoi ekonomichnoi diialnosti pidpryiemstva pry vykhodi na zovnishni rynky [Development of the strategy of the international economic activity of the enterprise when entering foreign markets]. *Efektyvna ekonomika,* vol. 4. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6993 (accessed 27 December 2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.4.42

4. Broiaka A.A. (2012) Otsinka ta shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryiemstva. [Assessment and ways of improving the efficiency of foreign economic activity of the enterprise]. *Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii. Seriia: Ekonomichni nauky*. Poltava, vol. 5, tom 2, pp. 46–51. (in Ukrainian)

5. Buhas V.V., Samiilenko M.A. (2018) Realii zovnishnoekonomichnoi diialnosti vitchyznianykh i inozemnykh pidpryiemstv. [Realities of foreign economic activity of domestic and foreign enterprises]. *Efektyvna ekonomika,* vol. 1. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6059 (accessed 25 December 2019).

6. Drozdova H.M., (2012) Menedzhment zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryiemstva [Management of foreign economic activity of the enterprise]. TsUL. Kyiv. (in Ukrainian)

7. Verkhovna Rada of Ukraine (2019) Zakon Ukrainy pro zovnishnoekonomichnu diialnist [Law of Ukraine on Foreign Economic Activity]. Retrieved from: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12 (accessed 23 December 2019).

8. Karasova N.A. (2016), Vektory eksportnykh potokiv ahrarnoho sektoru Ukrainy [Vectors of export flows of agricultural sector of Ukraine]. Ekonomika APK, vol. 8, pp. 41–48. (in Ukrainian)

9. Kibik O.M. and Khajminova Yu.V. (2017) "Principles of development of participation of customs and other intermediaries in the implementation of Ukraine's export strategy". Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti, vol. 4, pp. 16–25. (in Ukrainian)

10. Kliuchnyk A.V. (2011) Stratehichni napriamy rozvytku eksportu ahrarnykh pidpryiemstv Mykolaivskoi oblasti. [Strategic directions of development of export of agricultural enterprises of the Nikolaev area]. *Ahrosvit,* vol. 19, pp. 10–14. (in Ukrainian)

11. Krylova H.B. (2013) Mizhnarodna torhivlia [International trade]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)

12. Matusova O.M. (2013) Problemy rozvytku eksportooriientovanoho maloho biznesu Ukrainy [Problems of development of export-oriented small business in Ukraine]. *Suchasni pytannia ekonomiky i prava*, vol. 2, pp. 69–74. (in Ukrainian)

13. Melnyk O.H., Nahirna M.Ya. (2013) Diahnostyka faktoriv vplyvu na eksportnu diialnist pidpryiemstva. [Diagnosis of factors influencing the export activity of the enterprise]. *Innovatsiina ekonomika*, vol. 5, pp. 63–66. (in Ukrainian)

14. Melnyk T.M. (2013) Mizhnarodna torhivlia tovaramy v umovakh hlobalnoi konkurentsii [International trade in goods in the conditions of global competition]. Kyiv: KNTEU. (in Ukrainian)

15. Puhachov M.I. (2014) Perspektyvy rozvytku vitchyznianoho ahrarnoho sektora v zv'iazku iz pidpysanniam Ukrainoiu ekonomichnoi chastyny Uhody pro asotsiatsiiu z Yevropejs'kym Soiuzom [Prospects for the development of the domestic agricultural sector in connection with the signing of the economic part of the Association Agreement with the European Union by Ukraine]. Kyiv: NNTS IAE. (in Ukrainian)

16. Pitel N.Ya. (2019) Problemy rozvytku eksportooriientovanoi diialnosti ahrarnoi sfery ekonomiky Ukrainy. [Problems of development of export oriented activity of agrarian sphere of economy of Ukraine]. *Ahrosvit,* vol. 16, pp. 25–34. Retrieved from: http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2934&i=3 (accessed 27 December 2019). DOI: 10.32702/2306-6792.2019.16.25

17. Rakhman M.S., Siladi K.B. (2018) Kharakterystyka ta analiz suchasnoho stanu zovnishnoekonomichnoi diialnosti Ukrainy [Characterization and analysis of the current state of foreign economic activity of Ukraine]. *Efektyvna ekonomika,* vol. 10. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6581 (accessed 27 December 2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.30

18. Holovne upravlinnia statystyky u Mykolaivskii oblasti (2019) Zovnishnia torhivlia u Mykolaivskii oblasti u 2018 rotsi [Foreign trade in Mykolayiv region in 2018], Mykolayi. Retrieved from: http://www.mk.ukrstat.gov.ua/ (accessed 27 December 2019).

19. Shuprudko N.V. (2018) Zovnishnoekonomichna diialnist Ukrainy u konteksti zmitsnennia yii ekonomichnoi bezpeky [Ukraine's foreign economic activity in the context of strengthening its economic security]. *Efektyvna ekonomika*, vol. 9. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6546 (accessed 27 December 2019).

Kushniruk Viktor
Candidate of Economics Science, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Hotel
and Restaurant Business and Organization
Mykolayiv National Agrarian University
Donets Tetiana
Master
Mykolayiv National Agrarian University

FOREIGN TRADE OF GOODS AND SERVICES IN MYKOLAIV REGION: MODERN STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The purpose of the article. The purpose of the article is to study the current state of foreign trade in the Mykolaiv region and prospects for the development of export and import of goods and services by enterprises of the region.

Methodology. In the course of foreign trade research on goods and services, economic and mathematical methods were used to calculate the foreign trade balance and the coverage ratio of exports by imports. Graphical methods were also used to study the dynamics of foreign trade in goods and services. Comparisons were also used in the study of exports of plant products.

Results. The article investigates the current state of foreign trade in the Mykolaiv region for 2010–2018. Foreign trade balance is calculated taking into account the export and import of goods and services. It is substantiated that the increase in export of goods was ensured by an increase in the supply of plant products, chemical and related industries, a decrease in imports – a reduction in the import of mineral products, land vehicles, aircrafts, floats, various industrial goods. The dynamics of foreign trade in goods is analyzed separately and their balance is calculated. A comparison of foreign trade in goods by individual regions of Ukraine is presented. The dynamics of changes in the number of enterprises and partner countries in the export and import of goods in the Mykolaiv region are given. Exports of products of plant origin in value for the period 2010–2018, represented by cereals and oilseeds, are analyzed. The dynamics of foreign trade in services is analyzed and their balance is calculated. It is established from the conducted statistical analysis of services that transport services were exported to the countries; repair and maintenance services; material resources processing services; business services; construction services.

Practical implications. It is concluded that the current state and prospects of development of foreign economic activity by enterprises of the Mykolaiv region are influenced by, namely: low competitiveness of products, which requires improvement of quality due to the introduction of international standards both for agricultural and industrial products; unsatisfactory financial condition of the enterprises of the region does not allow to improve the material and technical base and to introduce innovative technologies, which is the driving force of scientific and technological progress; Expanding the geography of export trade and imports will, first of all, have a positive impact on the balance of foreign trade in goods and services; Increasing exports of finished agricultural products, not raw materials, will not only conquer new markets but also increase foreign exchange earnings to Ukraine several times over. Of course, without reasonable state support for export and import issues, available credit resources, the current legislation on foreign economic activity and monopoly position, business in Ukraine is difficult to work with.

ЗАСТОСУВАННЯ ПРАВИЛ ІНКОТЕРМС 2020 НА РИНКУ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

APPLICATION OF INCOTERMS 2020 RULES ON THE GRAIN PRODUCTS MARKET

УДК 339:338.433(045)
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-6

Набок І.І.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет
Григор'єва І.О.
студентка
Національний авіаційний університет

У статті проаналізовані особливості нової редакції Інкотермс-2020, які рекомендовані до імплементації до зовнішньоекономічних договорів з 1 січня 2020 року, та вплив таких змін на ринок зернової продукції. Автори показують ситуацію із використанням на ринку зернової продукції діючих Правил Інкотермс, наводять зміни в Правилах Інкотермс-2020 порівняно з Інкотермс-2010 та звертають увагу на те, які саме угоди слід переглянути трейдерам на ринку зерна, щоб їхні договори відповідали сучасним вимогам. Оскільки на різних підприємствах складається різна практика укладання зовнішньоекономічних договорів на ринку зернової продукції на основі Правил Інкотермс, авторами проаналізовано низку підприємств та проведено інтерв'ю експертів з питань експорту, внаслідок чого було встановлено кілька особливостей таких договорів. Правила Інкотермс та їх сучасні удосконалення у редакції Інкотермс-2020 є гарним інструментом для удосконалення ринку, формування механізмів стабільної роботи, постійної роботи виробників та торговців.

Ключові слова: *Інкотермс-2020, Інкотермс-2010, міжнародний бізнес, організація міжнародної торгівлі, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішній ринок, експорт, підвищення ефективності, ринок зернової продукції.*

В статье проанализированы особенности новой редакции Инкотермс-2020, которые рекомендованы к имплементации к внешнеэкономическим договорам с 1 января 2020 года, и влияние таких изменений на рынок зерновой продукции. Авторы показывают ситуацию с использованием на рынке зерновой продукции в действующих Правил Инкотермс, приводят изменения в Правилах Инкотермс-2020 по сравнению с Инкотермс-2010 и обращают внимание на то, какие именно сделки следует пересмотреть трейдерам на рынке зерна, чтобы их договоры соответствовали современным требованиям. Поскольку на различных предприятиях складывается разная практика заключения внешнеэкономических договоров на рынке зерновой продукции на основе Правил Инкотермс, авторами проанализирован ряд предприятий и проведены интервью экспертов по вопросам экспорта, в результате чего было установлено несколько особенностей таких договоров. Правила Инкотермс и их современные усовершенствования в редакции Инкотермс-2020 является хорошим инструментом для совершенствования рынка, формирования механизмов стабильной работы, постоянной работы производителей и торговцев.

Ключевые слова: *Инкотермс-2020, Инкотермс-2010, международный бизнес, организация международной торговли, внешнеэкономическая деятельность, внешний рынок, экспорт, повышение эффективности, рынок зерновой продукции.*

The article analyzes the features of the new edition of Incoterms 2020, which are recommended for implementation to foreign economic agreements from January 1, 2020, and the impact of such changes on the grain market. Specific questions about the grain market arise about the identification of quality, coolness, various indicators, humidity, content of pollution, etc. Together, this has a significant impact on the order of cost sharing between buyer and seller, as well as determining the fact of delivery of products of appropriate quality. Unlike other markets where the quality of produce does not change significantly over the course of preparation for delivery or transportation, in the grain market, quality and conformity issues are a major risk that may have already shipped the shipment into a waste that will not be paid by the buyer. Incoterms establish rules governing the delivery of goods from seller to buyer. This includes transportation, responsibility for export and import clearance of goods. These rules define the person responsible for payment for delivery, customs clearance, and insurance of risks on the way of transportation of goods, depending on the specified standard terms of delivery. The authors illustrate the situation with the use of the Incoterms Regulations in the grain market, make changes to the Regulations in comparison to Incoterms 2010 and Incoterms 2020 and draw attention to which agreements should be reviewed by traders in the grain market in order for their contracts to meet current requirements. Because different companies have different practices of concluding foreign trade contracts in the grain market based on Incoterms rules, the authors analyzed a number of companies and interviewed export experts, which revealed several features of such contracts. Companies can start using Incoterms 2020 for contracts concluded before January 1, 2020. If the parties agree on Incoterms 2020 in the contract, then such rules will apply to them. Expert environment expects full transition to Incoterms 2020 for most Incoterms contracts within 12–18 months. The Incoterms Rules and their current improvements in the Incoterms 2020 edition are a good tool for improving the market, forming mechanisms for stable operation, the constant work of manufacturers and traders.

Key words: *Incoterms 2020, Incoterms 2010, international business, international trade organization, foreign economic activity, foreign market, export, efficiency improvement, grain market.*

Постановка проблеми. Запровадження нової редакції Правил Інкотермс з 2020 року потребує від практиків швидкої адоптації, а від науковців – пошуку необхідних системних змін, які слід зробити в організації діяльності та плануванні для того, щоб діяльність підприємств за зовнішньоекономічними договорами (контрактами) та регулювання зовнішньоекономічної діяльності загалом в країні відповідали вимогам сьогодення. І хоча робота над новою редакцію 2020 велася з 2016 року, проте процес адаптації вимагає залучення широкого кола фахівців, особливо що стосується специфічних галузей, як-то ринок зернової продукції, порушення зовнішньоекономічної діяльності на цьому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика Інкотермс-2020 абсолютно відсутня в науковому просторі в Україні українською мовою, оскільки запровадження оновлення Правил відбувається саме в ці дні. Офіційна презентація Інкотермс-2020 відбулася за кілька дні до написання цієї статті. І після виходу в друк ця стаття стане

першим науковим джерелом про Інкотермс-2020, особливо що стосується питання ринку зернової продукції.

Постановка завдання. Дослідження особливостей Правил Інкотермс-2020 порівняно із попередніми редакціями, особливо в питаннях ринку зернової продукції, та пошук шляхів їх швидкої імплементації до практичної діяльності українських аграрних та торговельних підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

Виклад основного матеріалу. Зерновий ринок – це основа для розвитку економіки сільського господарства. Історично склалося, що зернова продукція завжди займала суттєві обсяги в міжнародній торгівлі. Коливання обсягів продажів зерна є наслідком зв'язку врожаю та погодних умов, які визначають рівень врожаю, а отже, і пропозиції на експортний ринок. Зважаючи на те, що внутрішній попит кожної країни часто змінюється разом із погодою, країни швидко переходять від надлишку до дефіцитної ситуації. У країні з високим паритетом імпорту та низькими експортними паритетними цінами збільшений ризик накопичення запасів, здається, знижує реальну вартість зберігання надмірних запасів, і тому змушує уряд байдуже ставитися до упорядкування пропозиції з вимогами попиту. Низький рівень внутрішньорегіональної торгівлі між країнами, що розвиваються, пояснюється субсидіями, що виплачуються виробникам. Це маскує будь-яку конкурентну перевагу у виробництві зерна, яку можуть мати виробники в одній країні перед підприємствами в сусідніх країнах. Там, де є внутрішньорегіональна торгівля зерном між країнами, що розвиваються, вона найчастіше базується на періодичних нестачах, спричинених громадянськими сутичками з приводу посухи. Таким чином, експортний попит зазвичай короткочасний і часто фінансується донорськими агенціями, і країна-експортер не може робити довгострокових планів розвитку торгівлі [1].

Така ситуація не може йти повз систему регулювання правових відносин у сфері торгівлі на ринку зернової продукції. З самого початку розроблення Правил Інкотермс специфіка такого ринку впливала на формулювання відповідних термінів. Особливі питання щодо ринку зернової продукції виникають щодо ідентифікації якості, класності, різних показників, вологості, вмісту забруднення тощо. Все це разом суттєво впливає на порядок розподілу витрат між покупцем та продавцем, а також визначення факту поставки продукції відповідної якості. На відміну від інших ринків, де якість продукції не так суттєво змінюється за час підготовки до поставки чи транспортування, на ринку зернових питання якості та відповідності є основним ризиком, який може вже відправлений вантаж перетворити на непотріб, який не буде сплачений покупцем.

Обсяги українського ринку зернової продукції є важливими для ринків країн-партнерів та нашої економіки загалом. Українські аграрії з початку 2019–2020 маркетингового року (МР, липень 2019 – червень 2020) станом на 25 серпня збільшили експорт пшениці до Європейського Союзу в шість разів порівняно з аналогічним періодом минулого маркетингового року, до 188,8 тисячі тон, ставши основним постачальником цієї культури до країн Євросоюзу. Це дозволило Україні стати основним постачальником м'якої пшениці до Євросоюзу з часткою 42% у загальному обсязі імпорту [2].

2018 рік став рекордним роком для ринку зернової продукції України. На тлі високого врожаю, складної кампанії зі його збору, було досягнуто дуже високого рівня реалізації. Не завжди вдається поєднувати врожаї та кон'юнктуру світового ринку для реалізації отриманих врожаїв.

Україна продала за кордон в 2018 році зернової продукції на 7,2 млрд дол. США. Ця цифра утричі перевищує показник 2010 року і всього на 0,4% менше, ніж у 2017 р.

Кон'юнктура світового ринку, а саме збільшення експортних цін, дали можливість отримати такий результат. Рекорд встановлено і за фізичними обсягами поставок кукурудзи за кордон – 21,4 млн т., що на 10% перевищує показник 2017 р. (19,4 млн т) і понад в п'ять разів – результати 2010 р. Обсяги експорту пшениці, хоча і перевищили показники за 2010 р., все ж зменшилися у порівнянні з 2017 роком та становили 16,4 млн т. Поставки ячменю на зарубіжні ринки у 2018 р. знизилися в порівнянні з попереднім роком на 1,3 млн т і становили 3,6 млн т. Також у минулому році було зафіксоване значне зростання поставок жита на міжнародні ринки – до понад 100 тис. т.

Головний імпортер зернової продукції з України з 2011 р. – Єгипет. Хоча і в 2018 році ця країна закупила українського зерна на 20% менше, ніж 2017 р. – на 666 млн дол. США. Частка Єгипту у загальному експорті України цього виду зернової продукції становила значні 9,2%.

Іспанія виходить другий рік поспіль в число найбільших імпортерів. У 2018 р. вона збільшила обсяги закупівель зерна майже на 35% у порівнянні з 2017 р. – до 643 млн дол. США (8,9%). Далі йдуть Нідерланди (556 млн. дол. США), Китай (552 млн дол. США), Індонезія (487 млн дол. США), Саудівська Аравія (449 млн дол. США), Італія (336 млн дол. США), Філіппіни (316 млн дол. США), Туніс (290 млн дол. США), Марокко (263 млн дол. США) та Лівія (248 млн. дол. США). Разом ці 11 країн сформували 2/3 вартісного обсягу всіх закупівель української зернової продукції [3].

Загалом товари, що експортуються, згідно з кодифікацією за класами можна представити переліком, що наведений в таблиці 1.

Таблиця 1

Коди ТН ЗЕД, ЄТСНВ, ГНВ товарів, що експортуються

Код ТН ЗЕД ЄАЕС	Код ЄТСНВ	Код ГНВ	Найменування товару
1001	11005	10011000	Пшениця і суміш пшениці та жита
1002	12008	10020000	Жито
1003	14003	10030090	Ячмінь
1004	13000	10040000	Овес
1005	15006	10059000	Кукурудза
1006	17020	10062015	Рис
1007	18004	10070090	Сорго зернове
1008	18019	10081000	Гречка, просо та насіння канаркової трави; інші зернові

Джерело: на основі даних [4]

На різних підприємствах складається різна практика укладання зовнішньоекономічних договорів на ринку зернової продукції на основі Правил Інкотермс. Проаналізувавши низку підприємств та провівши інтерв'ю експертів з питань експорту, ми встановили кілька особливостей таких договорів.

Так, під час роботи з бельгійськими підприємствами основні умови поставки – EXW та CPT. Згідно з умовами EXW, усі транспортні, митні та інші витрати сплачує покупець. Тобто він сам забирає товар. Основним видом транспорту до міста призначення при умовах поставки CPT є автомобільний до залізниці – перевантаження на залізниці – залізничний. Основними умовами поставки з підприємствами Італії та Німеччини є EXW. Основними умовами поставки з підприємствами Австрії є EXW та CIP. Основним видом транспорту до міста призначення за умов поставки CIP є автомобільний до залізниці – перевантаження на залізниці – залізничний.

Інкотермс встановлюють правила, які регулюють питання, пов'язані з доставкою товарів від продавця до покупця. Це включає в себе власне перевезення, відповідальність за експортне та імпортне оформлення товарів. Ці правила визначають відповідального за сплату доставки, митного оформлення та страхування ризиків на шляху транспортування товарів залежно від означених стандартних умов поставки.

Основними умовами поставки з підприємствами Ізраїлю є FOB та CFR. Згідно з умовами FOB перехід ризиків відбувається з моменту повного вантаження на борт судна; експортні митні формальності лягають на відповідальність продавця; імпортні митні формальності лягають на відповідальність покупця. CFR відрізняється тим, що навантаження на основний транспорт при FOB здійснюється або покупцем, або продавцем, а при CFR тільки продавцем. Крім того, при CFR оплата основного транспорту здійснюється продавцем, а при FOB покупцем. Основними умовами поставки з підприємствами Ірану є FAS та CFR. Слід відзначити, що FAS відрізняються від FOB тим, що експортні формальності лягають на покупця, а не на продавця. Навантаження на основний транспорт при FOB здійснюється або покупцем, або продавцем, а при FAS тільки покупцем.

Інкотермс уперше були введені МТП в 1936 році для встановлення загальновизнаних визначень і правил, пов'язаних з поставкою товарів між партнерами по всьому світі. З того часу МТП періодично переглядав правила Інкотермс, щоб відобразити зміни в системі міжнародної торгівлі. Випуск 2020 виходить у світ напередодні відзначення 100-річчя організації.

Покупець і продавець повинні знати, де починається і закінчується ризик, хто за що відповідає, кому належить і в якому географічному пункті. Незалежно від того, чи є ви імпортером, експортером, брокером, консультантом, юристом, банкіром, транспортером, страховиком тощо, слід бути обізнаним з правилами Інкотермс, які є важливими для використання в договорах на продаж товарів на міжнародному рівні.

Відповідно до своїх повноважень Міжнародна торговельна палата потурбувалась про те, щоб ця технологія працювала для всіх, тому доступ до важливої інформації буде полегшений як ніколи за допомогою спеціалізованого мобільного додатка Інкотермс-2020, який включає широкий спектр інформаційних функцій, зокрема останні новини, інформацію про події та можливості навчання [5].

Інкотермс відрізняється від значення одних і тих самих трибуквених торгових умов за загальним законодавством, і Інкотермс застосовуватиметься лише у тому разі, якщо вони будуть включені до договору (як правило, шляхом посилання).

Інкотермс-2020 містить шість суттєвих змін порівняно з Інкотермс-2010:

1. Правило FCA тепер містить додатковий елемент, що стосується накладних. Згідно з цим варіантом покупець та продавець погоджуються, що перевізник покупця після завантаження видасть продавцю бортову накладну, яку продавець після цього запропонує покупцеві (ймовірно, через банківський ланцюг). Така зміна розроблена для подолання ситуації, за якою доставка була завершена

до завантаження товару на борт судна, що згідно зі старим правилом FCA не надавало продавцеві права отримати бортову накладну. Це спричинило труднощі, оскільки бортові накладні часто вимагають від банків перед здійсненням оплати за акредитивами, і тому правило FCA було переглянуто з урахуванням цієї ринкової реальності.

2. Витрати тепер послідовно перераховані в A9 (зобов'язання продавця) та B9 (зобов'язання покупця), надаючи «єдиний перелік витрат» для кожного правила. Цей новий розділ зведених витрат з'являється на додаток до розподілу витрат за відповідним зобов'язанням. Наприклад, при FOB-продажу витрати, пов'язані з отриманням документа про доставку / перевезення, відображаються як в A6 / B6, так і в A9 / B9.

Інкотермс FOB нерідко використовується для перевезення контейнерів. Роблячи це, продавець бере на себе значний ризик. Зазвичай продавець контейнерного вантажу втрачає контроль над контейнером після прибуття останнього в порт. Але, хоча продавець втратив контроль, він все ще несе відповідальність, поки контейнер не буде завантажений на судно. Цей факт підвищує вартість і ризик для продавця.

Наприклад, якщо контейнер пошкоджений під час завантаження, це буде проблемою продавця, хоча він може не мати договірних відносин з оператором стека. МТП постійно аналізує скарги продавців, які інколи отримують дивні рахунки від операторів портових терміналів на вартість зберігання та завантаження.

Відповідь на це питання полягає в тому, щоб продавець наполягав на використанні Інкотермс FCA. Однак продавці зазвичай хочуть забезпечити оплату акредитивом. Акредитиви часто вимагають пред'явити бортову накладну. Для продавця, що використовує FOB, він бере участь у вантажі, а тому дає можливість отримати бортову накладну. У продавця, який використовує FCA, мало шансів отримати бортову накладну.

Довгострокове вирішення цього питання полягає в тому, щоб постачальники послуг з фінансування торгівлі перейшли від необхідності бортової накладної. Інкотермс не може змінити торговельне фінансування. Тому в Інкотермс 2020 FCA була змінена, щоб сторони могли домовитись про те, щоб покупець попросив перевізника видати продавцю бортову накладну.

3. Рівень мінімального страхування в умовах CIF та CIP розходився. Умови CIF продовжують вимагати від продавця отримати страхування вантажу, що відповідає положенням (C) вантажних положень Правила LMA / IUA. Однак у торгівлі CIP рівень мінімального страхування був підвищений до рівня, що відповідає пунктам (A) Переліку вантажних положень (мається на увазі «всі ризики», підлягають виключенню).

Інкотермс CIP (Перевезення та страхування оплачується) означає, що продавець доставляє перевізнику, але потім оплачує перевезення та страхування до вказаного місця призначення. CIF (страхування перевезень і вантажоперевезення) – це те саме, за винятком того, що його можна використовувати лише для морського транспорту (доставка здійснюється на судно, а пункт призначення повинен бути портом).

Відповідно до Інкотермс-2010, продавець зобов'язаний забезпечити покупця страхування, що еквівалентно пункту C (Інститут вантажних положень). Це базовий рівень страхування, який, як правило, може бути придатний для масових товарних вантажів, але може не підходити для вироблених товарів.

У Інкотермс-2020 CIF зберігає ті самі вимоги до страхування (тобто пункт C), але CIP збільшила страховку, необхідну для пункту A (Переліку вантажних положень). Підставою для цього є те, що CIF частіше застосовується для масових товарних торгів, а CIP (як мультимодальний термін) частіше використовується для промислових товарів.

4. Інкотермс-2010 передбачав, що продавець або покупець повинен використовувати власні засоби пересування, а не використовувати сторонніх перевізників, як це передбачалося. Зміни відображені в правилах FCA, DAP, DPU та DDP.

5. Правило DAT (доставлено на терміналі) перейменовано в DPU (доставлено на місце вивантажене). Це означає, що місцем призначення може бути будь-яке місце, а не лише термінал. У Інкотермс-2010 DAT (доставляється на терміналі) означає, що товари доставляються одноразово, вивантажені на зазначеному терміналі. Відгуки користувачів полягали в тому, що користувачі бажали правило, яке б дозволяло доставку не лише на терміналі. Наприклад, виробник капітального обладнання може погодитись на поставку безпосередньо на місцезнаходження замовника. Тому посилання на термінал було видалено, щоб зробити його більш загальним. DPU означає, що доставляється в місці вивантаження. Іншої зміни по суті немає.

6. До A4 та A7 кожного правила додано експрес-розподіл зобов'язань, пов'язаних з безпекою, витрати на які включені до A9 / B9. Наприклад, A4 Правила FOB зазначає, що «продавець повинен дотримуватися будь-яких вимог щодо безпеки транспорту до доставки». Ці положення відображають зростаючу поширеність проблем, пов'язаних із безпекою в міжнародній торгівлі [6; 7].

Інші зміни, які є протягом усього документа, є суто косметичними. МТП намагалася зробити Правила більш чіткими, ніж будь-коли, за допомогою вступних та пояснювальних записок, а також змін у порядку та компонуванні правил. Мотивація цих зміни, очевидно, спонукає користувачів засто-

совувати найбільш відповідний торговий термін для їх конкретної торгівлі, зокрема, щоб відмовити від використання морських термінів для неморської торгівлі.

Загалом зміни умов є більш консервативними, ніж прогнозовано, і в списку змін є кілька помітні проблеми попередньої редакції. Ходили чутки, що правило DPP буде розділено на два терміни і що термін FAS буде повністю усунутий. Були також запропоновані питання щодо запровадження нового Правилу «Витрати та страхування» CNI. У кінцевій редакції це не було реалізовано [6].

Редакція Інкотермс-2020, хоча вже і опублікована, набуває чинності з 1 січня 2020 року. Це означає, що якщо договір буде укладений 1 січня 2020 року або після цього, то ймовірно, що Інкотермс-2020 застосовується до нього, якщо в договорі не зазначено інше.

Компанії можуть почати використовувати Інкотермс-2020 для договорів, що укладаються раніше 1 січня 2020 року. Якщо в договорі сторони погоджують Інкотермс 2020, то такі правила будуть діяти для них.

Користувачам Інкотермс-2010 не потрібно спеціально переходити на Інкотермс-2020, переукладати договори чи склади якісь додаткові угоди чи акти. Якщо в договорах зазначено Інкотермс-2010, то сторони продовжують користуватися Інкотермс-2010, якщо вони хочуть.

Експертне середовище очікує повного переходу на Інкотермс 2020 для більшості договорів з врахуванням положень Інкотермс протягом 12–18 місяців [7].

Як ми бачимо із аналізу практики, яка склалася на ринку зернової продукції, до найбільш вживаних положень договорів входять такі Правила – CFR, CIP, EXW, FAS та FOB. Користувачам CIP, FAS та FOB слід бути уважним, так як ці правила зазнали змін.

Правило CIP стало більше враховувати вимоги до вантажних санкцій та обмежень. У Інкотермс 2020 CIP збільшила страховку, необхідну для пункту A (Переліку вантажних положень). Підставою для цього є те, що CIP (як мультимодальний термін) частіше використовується для промислових товарів. А для масових товарів, особливо біржових товарів, доречніше застосовувати CIF.

Правило FAS планувалося до виключення з Інкотермс. Нині воно не зазнало змін, проте інші правила групи F отримали більшу деталізацію, тому компаніям слід, виходячи із специфіки їхніх операцій, провести аналіз на предмет інших правил, що можуть повною мірою відповідати природі угоди в цей час.

Звичне Правило FOB також потребує зіставлення природи угоди та можливості її здійснення в сьогоднішніх умовах та Правилах Інкотермс. Перш за все, розширений перелік вимог щодо безпеки транспорту до доставки. І якщо не вдається компанії чітко описати такі вимоги чи реалізувати їх потім, є сенс звернути на розширене Правило DPU (доставлено на місце вивантаження). Це означає, що місцем призначення може бути будь-яке місце, визначене сторонами. Тож товар переданий на такому місці за відповідної якості буде точніше відповідати умовам нового Правила DPU – на місці, ніж старого FOB – на борту.

Україна не в повному обсязі використовує свій експортний аграрний потенціал, хоча і входимо в світові лідери, що зумовлено недостатньою конкурентоспроможністю продукції, а також постійними коливаннями кон'юнктури світового ринку. Українські виробники просто не встигають за змінами, які відбуваються у світі на відміну від інших світових експортерів. Для подальшої інтеграції України у світовий агропродовольчий ринок, зростання прибутковості такого експорту для компанії і країни в цілому та ефективного використання експортного потенціалу зусилля держави мають бути направлені на підвищення ефективності аграрного виробництва, досягнення його сталого розвитку, збалансування експортної структури та формування системи підтримки експорту.

Експорт зерна має як позитивну сторону, так і негативну. До позитивної можна віднести збагачення державного бюджету, вихід на міжнародні ринки, до негативної сторони – внутрішній ринок слабшає за рахунок експорту, а повинно бути навпаки.

І як це не дивно виглядає, проте Правила Інкотермс та їх сучасні удосконалення у редакції Інкотермс-2020 є важливим інструментом для удосконалення ринку, формування механізмів стабільної роботи, постійної роботи виробників та торговців, в результаті якої підвищується якість продукції та прибутковість виробництва і продажів. Інкотермс давно перестав бути просто правилами торгівлі, це мета якісної системи виробництва та реалізації продукції, особливо це стосується ринку зернової продукції, де система дозволяє зв'язати природні умови, ресурси компаній та юридичний захист.

Висновки з проведеного дослідження. Правила Інкотермс та їх сучасні удосконалення у редакції Інкотермс-2020 є добрим інструментом для удосконалення ринку, формування механізмів стабільної роботи, постійної роботи виробників та торговців.

Україна не в повному обсязі використовує свій експортний аграрний потенціал, хоча і входить у число світових лідерів, що зумовлено недостатньою конкурентоспроможністю продукції, а також постійними коливаннями кон'юнктури світового ринку.

За нашим аналізом практики, яка склалася на ринку зернової продукції України, до найбільш вживаних положень договорів входять такі Правила, як CFR, CIP, EXW, FAS та FOB. Користувачам CIP, FAS та FOB слід бути уважними, оскільки ці правила зазнали змін редакції Інкотермс-2020.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Crawford I. M. Commodity Marketing. Chapter 6. Agricultural And Food Marketing Management. FAO Regional Office for Africa. URL: http://www.fao.org/ 3/w3240e/W3240E00.htm#pre (дата звернення: 12.12.2019).

2. Україна у 2019 році стала головним експортером пшениці до Європейського Союзу. URL: https://www.5.ua/ekonomika/ukraina-holovnyi-eksporter-pshenytsi-do-yevropeiskoho-soiuzu-u-2019-rotsi-198579.html (дата звернення: 13.12.2019).

3. Україна у 2018 році заробила на експорті зерна рекордні $7,2 млрд. URL: https://investory.news/ukraina-u-2018-roci-zarobila-na-eksporti-zerna-rekordni-72-mlrd (дата звернення: 13.12.2019).

4. Соответствие кодов ГНГ vs ЕТСНГ. URL: http://www.proagro.com.ua/ reference/cargo/gng-etsng (дата звернення: 12.12.2019).

5. Світ побачили нові Правила Incoterms® 2020. URL: http://iccua.org/svit-pobachili-novi-pravila-incoterms-2020. (дата звернення: 14.12.2019).

6. William Blagbrough, Carl Walker, Ruaridh Guy. ICC Incoterms 2020. URL: https://www.incegd.com/en/knowledge-bank/icc-incoterms-2020.(дата звернення: 14.12.2019).

7. David Lowe. ICC INCOTERMS® 2020 has arrived – key changes and how to prepare for the rules coming into force. URL: https://gowlingwlg.com/en/insights-resources/articles/2019/icc-incoterms-2020-has-arrived. (дата звернення: 13.12.2019).

REFERENCES:

1. Crawford I. M. Commodity Marketing. Chapter 6. Agricultural And Food Marketing Management. – FAO Regional Office for Africa. Available at: http://www.fao.org/3/w3240e/W3240E00.htm#pre (accessed 12 December 2019).

2. Ukraina u 2019 rotsi stala holovnym eksporterom pshenytsi do Yevropeiskoho Soiuzu.[In 2019 Ukraine became the main exporter of wheat to the European Union] Available at: https://www.5.ua/ekonomika/ukraina-holovnyi-eksporter-pshenytsi-do-yevropeiskoho-soiuzu-u-2019-rotsi-198579.html (accessed 13 December 2019).

3. Ukraina u 2018 rotsi zarobyla na eksporti zerna rekordni $7,2 mlrd. [In 2018 Ukraine earned a record $ 7.2 billion in grain exports]. Available at: https://investory.news/ukraina-u-2018-roci-zarobila-na-eksporti-zerna-rekordni-72-mlrd (accessed 13 December 2019).

4. Cootvetstvye kodov HNH vs ETSNH [Compliance with HNG vs UTSNG codes]. Available at: http://www.proagro.com.ua/reference/cargo/gng-etsng (accessed 12 December 2019).

5. Svit pobachyly novi Pravyla Incoterms® 2020. [The world has seen the new Incoterms® 2020 Rules]. Available at: http://iccua.org/svit-pobachili-novi-pravila-incoterms-2020 (accessed 14 December 2019).

6. William Blagbrough, Carl Walker, Ruaridh Guy. ICC Incoterms 2020. Available at: https://www.incegd.com/en/knowledge-bank/icc-incoterms-2020 (accessed 14 December 2019).

7. David Lowe. ICC INCOTERMS® 2020 has arrived – key changes and how to prepare for the rules coming into force. Available at: https://gowlingwlg.com/en/insights-resources/articles/2019/icc-incoterms-2020-has-arrived (accessed 13 December 2019).

Nabok Inna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economic Affairs and Business
National Aviation University
Hryhorieva Inna
Student
National Aviation University

APPLICATION OF INCOTERMS 2020 RULES ON THE GRAIN PRODUCTS MARKET

The purpose of the article. Study of the features of Incoterms 2020 Regulations in comparison with the previous editions, especially in the grain market, and find ways of their rapid implementation to the practical activity of Ukrainian agricultural and commercial enterprises engaged in foreign economic activity.

Methodology. The article is based on a synergistic approach that looks at the development of the world and Ukrainian grain market in the context of the concepts of its multifunctional development, taking into account the close interconnection of economic, organizational, socio-political, environmental factors. The basic basis of the research was the basic research of the agrarian economy, the results of studies of domestic and foreign scientists on the problems of grain market formation.

Results. Grain products used the most modern in international trade. The fluctuations of the cereals sold are higher, but it is possible to reach a level and it is offered to the export market. Export demand is usually short-term and often funded by donor agencies, and the exporting country cannot make long-term trade development plans. This situation cannot go beyond the system of regulation of legal relations in the field of trade in the grain market. From the very beginning of the development of Incoterms Rules, the specifics of such a market influenced the formulation of appropriate terms. Unlike other markets where the quality of produce does not change significantly over the course of preparation for delivery or transportation, in the grain market, issues of quality and conformity are a major risk that may have already shipped the shipment into a waste that will not be paid by the buyer.

Incoterms establish rules governing the delivery of goods from seller to buyer. This includes transportation, responsibility for export and import clearance of goods. These rules define the person responsible for payment for delivery, customs clearance, and insurance of risks on the way of transportation of goods, depending on the specified standard terms of delivery.

Incoterms 2020 is effective as of January 1, 2020. This means that if the contract is concluded on or after January 1, 2020, then Incoterms 2020 is likely to apply to it unless otherwise stated in the contract. Companies can start using Incoterms 2020 for contracts concluded before January 1, 2020. If the parties agree on Incoterms 2020 in the contract, then such rules will apply to them. Expert environment expects full transition to Incoterms 2020 for most Incoterms contracts within 12–18 months.

The Incoterms Rules and their current improvements in the Incoterms 2020 edition is a good tool for improving the market, forming mechanisms for stable operation, the constant work of manufacturers and traders.

Value/originality. The work is performed on an extremely topical subject. Incoterms 2020 is completely absent in the scientific space in Ukraine in the Ukrainian language, as the introduction of the Rules update is happening these days. The official presentation of Incoterms 2020 took place just days before this article was written. And when it comes to print, this article will be the first scientific source on Incoterms 2020, especially with regard to the grain market.

ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ ТА ЧЕХІЇ: РЕАЛІЇ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

EXPERIENCE OF TOURISM DEVELOPMENT IN POLAND AND CZECH REPUBLIC: REALITIES OF USE IN UKRAINE

УДК 338.48
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-7

Ніколайчук О.А.
к.е.н., доцент кафедри
туризму та країнознавства
Донецький національний університет
економіки та торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Розглянуто особливості розвитку туристичної сфери в окремих європейських країнах, зокрема Чехії та Польщі, щодо формування національної політики розвитку туризму. Оцінено показники міжнародного туризму в цих країнах. Проаналізовано повноваження та особливості діяльності органів державної влади щодо регулювання туристичної сфери в Польщі та Чехії. Розглянуто маркетингові аспекти позиціонування та просування національного туристичного продукту, виявлено ефективні засоби просування Чехії та Польщі на міжнародному туристичному ринку. Визначено ефективність туристичної політики обох країн та узагальнено ключові складники її успіху. На основі зарубіжних моделей державного регулювання розвитку туризму запропоновано перегляд повноважень органів державного управління туристичною індустрією, впровадження заходів щодо удосконалення управління туризмом в Україні та активізації розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Ключові слова: *державне регулювання, європейський досвід, туристична політика, національний туристичний продукт.*

Рассмотрены особенности развития туристической сферы в отдельных европейских странах, в частности Чехии и Польше, по формированию национальной политики развития туризма. Оценены показатели международного туризма в этих странах. Проанализированы полномочия и особенности деятельности органов государственной власти по регулированию туристической сферы в Польше и Чехии. Рассмотрены маркетинговые аспекты позиционирования и продвижения национального туристического продукта, выявлены эффективные средства продвижения Чехии и Польши на международном туристическом рынке. Определена эффективность туристической политики обеих стран и обобщены ключевые составляющие ее успеха. На основе зарубежных моделей государственного регулирования развития туризма предложен пересмотр полномочий органов государственного управления туристической индустрией, внедрение мероприятий по совершенствованию управления туризмом в Украине и активизации развития внутреннего и въездного туризма.

Ключевые слова: *государственное регулирование, европейский опыт, туристическая политика, национальный туристический продукт.*

The current stage of economic development of Ukraine is determined by the implementation of economic policies aimed at integration with the EU, including in the field of tourism. Therefore, it is of particular importance to study the European experience in the development of the tourism industry. The purpose of the article is to study Czech and Polish experience in tourism development and national tourism policy formulation, marketing aspects of positioning and promotion of national tourism product and opportunities to use effective practices in Ukraine in order to improve the mechanism of tourism regulation. The peculiarities of tourism development in some European countries, including the Czech Republic and Poland, regarding the formation of national tourism development policy were considered. The indicators of international tourism in these countries were estimated. Powers and peculiarities of activity of public authorities on regulation of tourist sphere in Poland and Czech Republic were analyzed. The marketing aspects of positioning and promotion of the national tourism product were considered, effective means of promotion of the Czech Republic and Poland in the international tourism market were identified. Study of foreign experience in the regulation and development of tourism in Poland and the Czech Republic was showed that the tourism policy of both countries proved to be quite effective. The main components of the tourism policies of the studied countries were state participation and development of tourism support programs, financial support programs, development of tourist infrastructure, measures to support the image of countries, participation in pan-European tourist events. The study of the experience of Poland and the Czech Republic was confirmed the fact that it was necessary to conduct and support a country image advertising campaign at the state level. On the basis of foreign models of state regulation of tourism development, it was proposed to review the powers of the state management bodies of the tourism industry, introduce measures to improve tourism management in Ukraine and intensify the development of domestic and inbound tourism.

Key words: *state regulation, European experience, tourism policy, national tourist product.*

Постановка проблеми. Сучасний етап економічного розвитку України визначається реалізацією економічної політики, спрямованої на зближення з ЄС, в тому числі і в галузі туризму. Тому особливого значення набуває вивчення європейського досвіду розвитку туристичної індустрії. Використання успішних європейських практик в галузі туризму допоможе сформувати власну ефективну політику в туристичній індустрії, врахувати чинні інститути та правову базу ЄС, що сприятиме інтеграції України і ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню зарубіжного досвіду розвитку туризму присвячено праці Я. Віхляєвої, С. Галасюк, В. Герасименка, Г. Горбань, Р. Корсака, В. Фуртія, Козловського, М. Мальської, Ю. Мігущенко, В. Стойка та ін. Зважаючи на недостатню ефективність функціонування вітчизняного туристичного бізнесу, відсутність стабільності органів управління туризмом, зміни підходів до управління туристичною сферою, проблеми державного регулювання та розвитку туристичної галузі України залишаються актуальними в сучасних умовах, що й зумовило необхідність вивчення успішних міжнародних моделей розвитку туристичної індустрії .

Постановка завдання. Метою статті є вивчення чеського та польського досвіду щодо розвитку туризму та формування національної туристичної політики, маркетингових аспектів позиціонування та просування національного туристичного про-

дукту та можливостей використання ефективних практик в Україні з метою вдосконалення механізму регулювання туризму.

Виклад основного матеріалу. Під час вивчення іноземного досвіду регулювання туристичної індустрії найбільшу зацікавленість викликає досвід колишніх посткомуністичних країн – Польщі та Чехії, які успішно перебудували командно-адміністративну економіку на ринкову та стали членами Європейського Союзу. За останні роки результативність туристичної індустрії в досліджуваних країнах значно зросла, про що свідчать дані табл. 1–2.

Аналіз даних табл. 1 свідчить про значний приріст міжнародних туристичних прибуттів за досліджуваними країнами за 2010–2017 рр.: приріст прибуттів у Чехію 58,4%, в Польщу – на 47,6%. Частка Чехії за кількістю туристів у загальноєвропейському показнику становить 1,9%, а Польщі – 2,7%.

Приріст кількості прибулих туристів забезпечує відповідне збільшення доходів від міжнародного туризму. Однак якщо для Чехії вони за період 2010–2018 рр. незначно зросли – лише на 3,9%, то для Польщі приріст є суттєвим – 46,6%.

Проаналізуємо розвиток туризму та вплив на нього з боку державних органів за окремими європейськими країнами.

Ринковий шлях розвитку туристичної індустрії в Чеській Республіці розпочався 1 січня 1993 року, коли з колишньої Чехословаччини утворилося дві суверенні держави: західна половина стала Чеською Республікою, а східна половина – Словацькою Республікою. Розвиток туризму у Чехії характеризувався розпадом підприємств старого типу, таких як бюро подорожей та екскурсійні бюро.

Для розвитку туризму в 1993 році була утворена державна організація CzechTourism. До 2003 року організація, носила назву Чеський центр туристичного руху (CCCR).

Нині чеське управління по туризму CzechTourism – це агентство при Міністерстві регіонального розвитку, метою якого є успішна презентація Чеської Республіки на вітчизняному і зарубіжних ринках. Для цієї мети організація використовує своє центральне представництво в Чеській Республіці та мережу зарубіжних представництв як в європейських державах і в країнах з межами Європи (наприклад, в Китаї, Бразилії або США) [3].

Основна місія агентства CzechTourism – формування нового сприйняття Чеської Республіки. Цілями агентства є зміна сприйняття туризму місцевими мешканцями та збільшення лояльності до бренду «Чеська Республіка» в рамках внутрішнього і в'їзного туризму. Крім столиці країни – Праги, яка має в світі відмінну репутацію, агентство прагне до розкриття потенціалу не настільки відомих серед туристів регіонів Чеської Республіки, сприяючи таким чином регіональному розвитку.

Іноземні представництва агентства CzechTourism займаються просуванням і рекламою Чеської Республіки на зарубіжних ринках, створенням позитивного іміджу країни і збільшення кількості зарубіжних гостей. Основними рекламними інструментами філій CzechTourism є кампанії (онлайн, друковані та зовнішні), інформаційно-ознайомчі тури, роуд-шоу, участь у виставках та ярмарках, рекламні міжнародні заходи, організація презентацій та семінарів, співробітництво із закордонними та чеськими суб'єктами, встановлення та розвиток контактів з місцевими організаціями-партнерами [3].

Просуваючи Чехію, Чеське агентство туризму запустило маркетингову кампанію під назвою «Чехія – країна історій», в якій зосереджується

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття в Чехію та Польщу в 2010–2018 рр.

Країна	Міжнародні туристичні прибуття, тис. ос.					
	2010 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	зміна 2017-2010, %	Частка в загальноєвропейському показнику в 2017 р., %
Чеська Республіка	8629	12808	13665	н/д	58,36	1,9
Польща	12470	17463	18400	19623	47,55	2,7

Джерело: побудовано автором за даними [1-2]

Таблиця 2

Надходження від міжнародного туризму в Чехії та Польщі в 2010–2018 рр.

Країна	Надходження від міжнародного туризму, млн. дол.					
	2010 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	зміна 2018–2010, %	Частка в загальноєвропейському показнику в 2018 р., %
Чеська Республіка	7172	6309	6933	7451	3,9	1,3
Польща	9576	10977	12772	14042	46,6	2,5

Джерело: побудовано автором за даними [1–2]

увага на відкритті країни через унікальні культурні елементи, гастрономію, традиції та звичаї. Міжнародні туристичні ярмарки, брошури та карти або прес-поїздки є одними з основних інструментів просування, якими користується Чеське агентство туризму. Національна туристична політика для періоду 2014–2020 рр. визначена як «Чехія – пункт номер один в серці Європи». Вона спрямована на підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору на національному та регіональному рівнях та підтримку економічних показників розвитку [4].

Агенство CzechTourism адмініструє кілька спеціалізованих веб-порталів. Серед найважливіших – Kudy z nudy, Czechtourism. com, Czechtourism.cz, The Czech Republic – a Land of Stories та the CzechMobil, орієнтований на активний туризм [5].

Інститут туризму – це новий відділ агентства CzechTourism. Він здійснює моніторинг розвитку та тенденцій туризму в Чехії та за кордоном, співпрацює з науковою сферою та оцінює ефективність та внесок Агентства для розвитку туризму в Чехії [5].

Czech Convention Bureau (CzCB) функціонує в Агенції CzechTourism з 1 січня 2010 року. Основною метою є просування Чехії в галузі конгресного та інсентивного туризму для іноземних та вітчизняних клієнтів. Чеське конвенційне бюро співпрацює з приватними структурами, університетами, послами конгресів та регіони. Чеське конвенційне бюро також є співзасновником Європейського стратегічного альянсу, Національного конвенційного бюро Європи, які співпрацюють в конгресній галузі [5].

Міністерство місцевого і регіонального розвитку Чеської Республіки є методичним та координаційним органом для всіх учасників, що проводять діяльність у туристичній галузі країни. Основними цілями є: використання законодавчих можливостей для створення умов розвитку туризму; встановлення чітких правил діяльності туристичних компаній та туроператорів. Міністерство є постійним й активним учасником відомих міжнародних форумів з туризму, презентує свою діяльність на спеціалізованих конференціях і виставках, реалізує ряд проектів, які фінансуються зі структурних фондів Європейського Союзу.

Також у Чехії сьогодні працюють недержавні організації для сприяння самоорганізації на ринку туристичних послуг. Так, одна з них – Асоціація туристичних агентств (ACK CR), яка створена у серпні 1990 року. Нині до її складу входять 196 туристичних фірм і агенцій та 80 учасників ринку, споріднених з туризмом (готелі, транспортні підприємства, виставки, спеціалізовані ЗМІ, професійні навчальні заклади, страхові компанії, статистично-аналітичні фірми та ін.). Іншою організацією є Асоціація чеських туристичних агентств (ACCKA), яка була заснована у 1991 році і нині нараховує більше 250 членів-професіоналів туристичної галузі. З 2005 року ACCKA є членом престижної європейської асоціації ECTAA, що об'єднує інтереси національних асоціацій, союзів та агентств і туристичних компаній з країн ЄС. Третя організація – Асоціація готелів і ресторанів Чеської Республіки (AHR CR), яка сприяє бізнесу та підтримує своїх членів [6].

Протягом 2010–2017 рр. в Чехії здійснювалася Національна програма підтримки туризму, що передбачала державну підтримку ряду важливих проектів. Одна з основних підпрограм «Туризм для всіх» була розпочата в 2010 році, зосереджувалася на створенні нових продуктів для внутрішнього туристичного сектору, включаючи маркетингову підтримку та реалізацію новостворених продуктів (наприклад, доступ для інвалідних візків, дитячі ігрові кімнати, ігрові майданчики, пересувні басейни та облаштування кабінетів для шкільних таборів). В 2011 році було оголошено нову підпрограму «Туризм, доступний для всіх», яка орієнтувалася на реконструкцію та будівництво місць відпочинку, санвузлів для туристів, велосипедистів та мандрівники-інвалідів [4].

Чехія приймала участь у змаганнях EDEN (Європейські напрямки досконалості) та протягом 2007–2009 рр. п'ять чеських напрямків були обрані переможцями: Чеська Швейцарія (2009) – заповідна територія з безліччю чудових природних пам'яток, Бистричко (2010) – мікрорегіон з 34 міст і сіл, Словацько (2011) – переможець у категорії «Туризм та регенерація фізичних місць», Ліпно (2013) – одна з найпривабливіших дестинацій в Чеській Республіці та Єсенік (2015), переможець у категорії «Туризм та місцева гастрономія» з проектом «Смак Jeseniky» [7].

2018 рік став рекордним для туризму в Празі та загалом в Чеській Республіці, яка стала другою в світі найгостиннішою країною в світі. Більше 21,3 млн. осіб відвідали країну в 2018 р. – це вдвічі більше, ніж чеське населення [8].

Особливу цікавість для розвитку туризму в Україні викликає досвід Польщі, яка, маючи досить близькі до українських геополітичні, природні, демографічні, соціально-економічні, культурні умови, змогла побудувати досить успішну туристичну галузь.

У Польщі останніми роками туризм розвивається динамічними темпами: за рівнем туристичної конкурентоспроможності вона піднялася із 58-го місця 2009 р. до 49-го 2011 р., а у 2018 р. посіла 42-ге місце [9–10].

Головними причинами успіху польської туристичної галузі є добре розвинена система авіаперельотів, проживання, інфраструктура конференцій, а також системи онлайн-бронювання та стабільне політичне та економічне середовище країни. В країні проводяться активні маркетингові кампанії для просування її як дестинації на свята, які є

прикладом найкращих світових практик в сфері подорожей та туризму [4].

У Польщі застосовується типова європейська модель управління туризмом. Сучасний етап розвитку туристичної індустрії в Польщі розпочався в 1989 році після набуття незалежності. У 1997 р. за допомогою експертів ЄС розпочато перший етап реалізації Програми розвитку національного турпродукту в 5 напрямах: бізнес-туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонно-транзитний туризм. У цей самий період розпочато реформу системи управління туріндустрією.

З 2000 р. розпочала свою діяльність Польська туристична організація (Polska Organizacja Turystyczna, POT). Ця державне агенство займається просуванням і розвитком польського туризму, насамперед за кордоном. Її мета – просувати Польщу як країну, привабливу для туристів, сучасну, з високими стандартами обслуговування і вигідними цінами. Також здійснює організацію національних стендів на найбільших вітчизняних і зарубіжних туристичних ярмарках, учасниками яких є представники галузі і органів місцевого самоврядування [11].

Польська Туристична Організація має свої представництва в 14 країнах світу (Австрія, Бельгія, Франція, Іспанія, Нідерланди, Японія, Німеччина, США, Росія, Швеція, Китай, Великобританія, Італія, Україна). Вони носять назву Польських осередків туристичної інформації та залучаються до організації різних заходів у сфері туризму, здійснюють моніторинг ринків певних країн відповідно до власного розташування, проведення рекламних кампаній та заохочення потенційних партнерів до співпраці. POT підтримує тісні контакти з 20 іншими національними туристичними організаціями та активно співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними туристичними організаціями.

Польська Туристична Організація організовує численні рекламні заходи, семінари, тренінги, друкує рекламні публікації про Польщу, пропагує активний, діловий, спа-туризм, туристичні цінності міст і регіонів, включаючи пам'ятники ЮНЕСКО [11].

Дуже вдалою для зміцнення іміджу Польщі стала рекламна кампанія POT 2005 року під назвою «Залишаюся в Польщі», коли було поширено плакати із зображенням молодого сантехніка з надписом «Залишаюся в Польщі, приїздіть до нас». Це допомогло змінити уявлення про Польщу як країну малокваліфікованої робочої сили. Наступний рекламний плакат уже містив зображення дівчини-польки в одязі медичної сестри із закликом приїздити на лікування в польські санаторії. Ця рекламна кампанія мала великий успіх серед європейців і забезпечила зростання притоку іноземних туристів до Польщі [12].

Станом на 2019 рік основним органом управління в туристичній сфері є департамент туризму, який зараз підпорядкований Міністерству розвитку. До 2007 р. даний департамент діяв при Міністерстві економіки Польщі, а у 2007 р. змінив підпорядкованість і згідно з розпорядженням Ради міністрів департамент туризму був складником Міністерства спорту та туризму. Основним завданнями Департаменту є: програмування розвитку і формування правових і економічних механізмів туризму, встановлення напрямів і пріоритетів та контроль виконання завдань в сфері просування туризму на внутрішньому і зовнішньому ринку [13].

Визначальним імпульсом для розвитку туризму Польщі став вступ країни до ЄС та доступ до джерел фінансування ЄС. Так, згідно з офіційною інформацією, лише у 2006 – 2013 рр. ЄС виділив 30 млн євро на розвиток туризму у Польщі, а також 165 млн. євро інвестицій в туристичну галузь [11].

Найбільша частка коштів була витрачена на транспортну інфраструктуру: будівництво швидкісних доріг та автомагістралей та залізничних колій. Крім того, були відновлені історичні будівлі, спортивні споруди, побудовані науково-технічні парки та очисні споруди. Цікавий приклад туристичного атракціону, що профінансований за кошти ЄС – адаптація до туризму печери Гроти Нагоржицькі які представляють те, що залишилося від піщаної шахти, розташованої біля склозаводу [14].

З 2007 по 2015 рік п'ять польських туристичних напрямків виграли нагороду "EDEN" від ЄС: пташина республіка в Уйсьце-Варти (2009), головною визначною пам'яткою якої є спостерігання за птахами, долина Бебрза та водно-болотні угіддя (2010) – один із найбільших національних парків в Європі, Жирардув (2011) – переможець у категорії «Туризм та регенерація фізичних об’єктів», Перемишль (2013) – безбар'єрні умови для використання туристичних послуг інвалідами, людьми похилого віку та сім'ями з дітьми, Кулінарний шлях сілезьких смаків (2015) – дав можливість туристам поєднати регіональну кухню з цікавою туристичною визначні пам'ятки, щоб ознайомитись з історією, культурою та гастрономією Сілезького регіону [15].

Останніми роками за сприянням уряду Польщі було проведено цілу низку успішних програм, які підтверджують зацікавленість держави у розвитку туризму в країні. Підтвердженням цього є впровадження та реалізація проекту «Польща: побач більше – вихідні за півціни», що сприяє активізації внутрішнього туризму. Лише в 2017 рік проектом було охоплено 100 тис. внутрішніх споживачів, що призвело до зростання чисельності внутрішніх туристів та посилило вплив туризму на економіку країни. Ще одне завдання такого роду проектів – продовження туристичного сезону та промоція туризму на вихідні серед поляків у низький сезон [11].

Для розвитку ділового туризму за підтримки державного фінансування і Польської асоціації конференцій та конгресів (SKKP) у 2017 році був запущений проект «Meet in Poland», завдяки якому в п‘яти найбільших польських містах приступили до створення бізнес-туристичної мережі, що об‘єднала найбільші MICE-компанії Польщі. Цей проект допомагає створенню стійкого іміджу країни як бізнес-майданчика, де можна проводити міжнародні конференції та конгреси найвищого рівня.

"Польські туристичні бренди" – це новий проект Міністерства розвитку та Польської туристичної організації, спрямований на створення туристичних регіонів – одиниць, що комплексно керуються розвитком та просуванням туризму на певній території, функціонально пов'язаних один з одним. У рамках проекту будуть створені умови для співпраці туристичних організацій, органів місцевого самоврядування та суб'єктів туристичної галузі. Мета полягає в тому, щоб створити ситуацію, коли прикордонні муніципалітети чи місцеві туристичні організації розпочнуть співпрацю у створенні спільної туристичної пропозиції під одним, значно сильнішим банером іміджу та всередині однієї організації, яка буде відповідати за управління та просування цього бренду [16].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, дослідження іноземного досвіду регулювання та розвитку туризму в Польщі та Чехії показало, що туристична політика обох країн виявилася досить ефективною: протягом останніх восьми років підвищився рівень визнання їх за кордоном як країн, які є привабливими для туристів і пропонують різноманітні конкурентноздатні туристичні продукти високої якості. Система ефективно проведених заходів із просування національного туристичного продукту та інвестиції в туристичну інфраструктуру привели до приросту кількості прибуттів іноземних туристів та зростання надходжень від міжнародного туризму.

Основними складникаими туристичної політики досліджуваних країн є державна участь і розвиток програм підтримки туризму, програми фінансової підтримки, розвиток туристичної інфраструктури, заходи щодо підтримки іміджу країн, участь в загальноєвропейських туристичних заходах тощо.

Вивчення досвіду Польщі та Чехії підтвердило факт необхідності проведення та підтримки іміджевої рекламної кампанії країни саме на державному рівні, адже приватний туристичний бізнес зацікавлений у просуванні лише власного туристичного продукту. В цих країнах розвинена мережа регіональних відділень та представництв за кордоном в тих державах, які представляють найбільшу зацікавленість з погляду в’їзних туристичних потоків.

Важливість державної підтримки національного туристичного продукту в досліджуваних європейських країнах підтверджується участю держави у фінансуванні цілої низки програм.

Враховуючи зарубіжний досвід, Україні вкрай необхідним є перегляд існуючої організаційної структури державного управління та повноважень. Потрібним є створення дієвої мережі представництв туристичних організацій як в Україні, так і за кордоном, з обов’язковим закріплення функцій та принципів діяльності. Це допоможе розв’язанню проблеми диспропорцій у розвитку в’їзного та виїзного туризму, сприятиме більш повному врахуванню запитів окремих іноземних туристів та їхніх національних особливостей, підвищенню конкурентоспроможності національного туристичного продукту. Вкрай важливим є посилення державного фінансування туризму, особливо в аспекті розвитку туристичної інфраструктури та програм з розвитку внутрішньої мобільності населення. Потрібно удосконалити стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном. Для досягнення успіху в міжнародному туризмі видається необхідним удосконалення іміджевої політики України, яка передбачатиме створення позитивного іміджу України шляхом формування єдиного координаційного центру з формування іміджу країни за кордоном, реалізації іміджевих проектів, участі у міжнародних туристичних виставках та ярмарках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876 (дата звернення: 22.12.2019).

2. International Tourism Highlights 2019 Edition. URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152 (дата звернення: 22.12.2019).

3. Czech Tourism. URL: https://www.czechtourism.com/ru/about-czt/ (дата звернення: 22.12.2019).

4. Ana, M.I. (2018). Tourism industry in the new member states. Key countries and destinations. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, vol. 13, no. 1, pp. 812–830. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0007

5. CzechTourism Annual Report 2018. URL: https://czechtourism.cz/getmedia/25c8c440-84a4-413f-bd8e-69a2a6649c89/ENG_vyrocni_zprava_2018-online-verze.pdf.aspx (дата звернення: 22.12.2019).

6. Корсак Р.В., Фуртій В. Розвиток туризму у Чехії: досвід організації для України (кін. XX ст. – поч. XXI ст.). Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В.М. Вашкевич. Київ : «Видавництво «Гілея», 2016. Вип. 107(4). С. 128–131.

7. European Commission (2017). Eden Destinations Czech Republic. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/czech-republic_en (дата звернення: 22.12.2019).

8. Czech Republic saw record number of tourists in 2018. URL: https://kafkadesk.org/2019/02/10/czech-republic-saw-record-number-of-tourists-in-2018/ (дата звернення: 22.12.2019).

9. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: https://globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf (дата звернення: 22.12.2019).

10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 22.12.2019).

11. Polska Organizacja Turystyczna. URL: https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/informacje-o-pot (дата звернення: 22.12.2019).

12. Савицький Ю. Приклад для України. Чому німецький бізнес охоче інвестує у Польщу? Портал «www.radiosvoboda.org». 08.10.2014. URL: http://www.radiosvoboda.org/content/article/26627661.html (дата звернення: 22.12.2019).

13. Ministerstwo Rozwoju. Departament Turystyki. URL: https://www.gov.pl/web/rozwoj/departament-turystyki (дата звернення: 22.12.2019).

14. Nistoreanu, B. & Stoian, R. (2017) Business tourism a means of dynamising the life of local communities. in: Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence, Bucharest, Academy of Economic Studies, vol. 1, no. 1, pp. 1122–1128.

15. European Commission (2017) Eden Destinations: Poland. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/poland_en (дата звернення: 22.12.2019).

16. Polskie marki turystyczne. URL: https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/idea-projektu (дата звернення: 22.12.2019).

REFERENCES:

1. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. Available at: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876 (accessed 22 December 2019).

2. International Tourism Highlights 2019 Edition. Available at: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152 (accessed 22 December 2019).

3. Czech Tourism. Available at: https://www.czechtourism.com/ru/about-czt/ (accessed 22 December 2019).

4. Ana, M.I. (2018) Tourism industry in the new member states. Key countries and destinations. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, vol. 13, no. 1, pp. 812–830. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0007

5. CzechTourism Annual Report 2018. Available at: https://czechtourism.cz/getmedia/25c8c440-84a4-413f-bd8e-69a2a6649c89/ENG_vyrocni_zprava_2018-online-verze.pdf.aspx (accessed 22 December 2019).

6. Korsak R.V., Furtii V. (2016) Rozvytok turyzmu u Chekhii: dosvid orhanizatsii dlia Ukrainy (kin. XX st. – poch. XXI st.). [Tourism Development in the Czech Republic: Organization Experience for Ukraine (late XX century to early XXI century)]. «Vydavnytstvo «Hileia». Is. 107(4). pp. 128–131. (in Ukrainian)

7. European Commission (2017) Eden Destinations Czech Republic. Available at: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/czech-republic_en (accessed 22 December 2019).

8. Czech Republic saw record number of tourists in 2018. Available at: https://kafkadesk.org/2019/02/10/czech-republic-saw-record-number-of-tourists-in-2018/ (accessed 22 December 2019).

9. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Available at: https://globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf (accessed 22 December 2019).

10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (accessed 22 December 2019).

11. Polska Organizacja Turystyczna. Available at: https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/informacje-o-pot (accessed 22 December 2019).

12. Savycjkyj Ju. Pryklad dlja Ukrajiny. Chomu nimecjkyj biznes okhoche investuje u Poljshhu? Портал «www.radiosvoboda.org». Available at: http://www.radiosvoboda.org/content/article/26627661.html (accessed 22 December 2019).

13. Ministerstwo Rozwoju. Departament Turystyki. Available at: https://www.gov.pl/web/rozwoj/departament-turystyki (accessed 22 December 2019).

14. Nistoreanu, B. & Stoian, R. (2017) Business tourism a means of dynamising the life of local communities. in: Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence, Bucharest, Academy of Economic Studies, vol. 1, no. 1, pp. 1122–1128.

15. European Commission (2017) Eden Destinations: Poland. Available at: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/poland_en (accessed 22 December 2019).

16. Polskie marki turystyczne. Available at: https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/idea-projektu (accessed 22 December 2019).

Nikolaichuk Olha
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism and Country Studies
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

EXPERIENCE OF TOURISM DEVELOPMENT IN POLAND AND CZECH REPUBLIC: REALITIES OF USE IN UKRAINE

The purpose of the article. The current stage of economic development of Ukraine is determined by the implementation of economic policies aimed at integration with the EU, including in the field of tourism. Therefore, it is of particular importance to study the European experience in the development of the tourism industry. The purpose of the article is to study Czech and Polish experience in tourism development and national tourism policy formulation, marketing aspects of positioning and promotion of national tourism product and opportunities to use effective practices in Ukraine in order to improve the mechanism of tourism regulation.

The research methods were the dialectical method of scientific knowledge, general scientific methods: analysis, synthesis, systematization, comparison, absolute and relative values (to analyze information on the dynamics and effectiveness of international tourism), abstract-logical method (to formulate conclusions).

Results. The peculiarities of tourism development in some European countries, including the Czech Republic and Poland, regarding the formation of national tourism development policy have been considered. The indicators of international tourism in these countries have been estimated. Powers and peculiarities of activity of public authorities on regulation of tourist sphere in Poland and Czech Republic have been analyzed. The marketing aspects of positioning and promotion of the national tourism product have been considered, effective means of promotion of the Czech Republic and Poland in the international tourism market have been identified. Study of foreign experience in the regulation and development of tourism in Poland and the Czech Republic has showed that the tourism policy of both countries proved to be quite effective. It has been established that over the last eight years the level of recognition of Poland and the Czech Republic abroad as attractive countries for tourists and offering a variety of competitive high quality tourism products has increased. The system of effectively implemented measures to promote the national tourism product and investment in tourism infrastructure has been led to an increase in the number of arrivals of foreign tourists and an increase in revenues from international tourism. The main components of the tourism policies of the studied countries were state participation and development of tourism support programs, financial support programs, development of tourist infrastructure, measures to support the image of countries, participation in pan-European tourist events. The study of the experience of Poland and the Czech Republic has been confirmed the fact that it was necessary to conduct and support a country image advertising campaign at the state level.

Practical implications. On the basis of foreign models of state regulation of tourism development, it has been proposed to review the powers of the state management bodies of the tourism industry, introduce measures to improve tourism management in Ukraine and intensify the development of domestic and inbound tourism.

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

WORLD MARKET DEVELOPMENT RESEARCH OF FRANCHISING SERVICES IN GLOBAL COMPETITION

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-8

Побоченко Л.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет
Цой А.В.
студентка
Національний авіаційний університет

У статті досліджено світовий ринок франчайзингових послуг в умовах глобальної конкуренції. Проведено оцінку регіональної та галузевої структур франчайзингу в світі. Проаналізовано найкращі світові франшизи. Розглянуто структуру франчайзингових підприємств. Досліджено обсяг прибутку франчайзингових брендів. Розглянуто Top-10 Global Franchises та топ-15 франчайзерів, які функціонують у сфері послуг і громадського харчування. Виділено особливості функціонування лідерів франчайзингової галузі, що дозволяє їм очолювати рейтинг найбільших франчайзингових мереж у світі вже декілька років поспіль. Досліджено частку суб'єктів підприємництва, що працюють за франчайзинговою моделлю у світі. Проаналізовано перспективи розвитку франчайзингової бізнес-моделі у світі. На основі проведеного дослідження автори роблять висновки щодо перспектив розвитку франчайзингової моделі бізнесу, яка успішно використовується у понад 120 країнах світу.

Ключові слова: *франчайзингові послуги, франшиза, глобальна конкуренція, франчайзингові мережі, світовий ринок франчайзингу, франчайзі.*

В статье исследован мировой рынок франчайзинговых услуг в условиях глобальной конкуренции. Проведена оценка региональной и отраслевой структур франчайзинга в мире. Проанализированы лучшие мировые франшизы. Рассмотрена структура франчайзинговых предприятий. Исследован объем прибыли франчайзинговых брендов. Рассмотрены Top-10 Global Franchises и топ-15 франчайзеров, которые функционируют в сфере услуг и общественного питания. Выделены особенности функционирования лидеров франчайзинговой отрасли, что позволяет им возглавлять рейтинг крупнейших франчайзинговых сетей в мире уже несколько лет подряд. Исследована доля субъектов предпринимательства, работающих по франчайзинговой модели в мире. Проанализированы перспективы развития франчайзинговой бизнес-модели в мире. На основе проведенного исследования авторы делают выводы о перспективах развития франчайзинговой модели бизнеса, которая успешно используется в более чем 120 странах мира.

Ключевые слова: *франчайзинговые услуги, франшиза, глобальная конкуренция, франчайзинговые сети, мировой рынок франчайзинга, франчайзи.*

The article explores the global market of franchising services in the conditions of global competition. An assessment of regional and sectoral franchising structures in the world. The world's best franchises have been analyzed. The structure of franchising enterprises is considered. The volume of profit of franchising brands is investigated. The Top 10 Global Franchises and the Top 15 Service and Catering Franchisors are considered. The features of the franchise industry leaders are distinguished, which allows them to lead the rating of the largest franchise networks in the world for several years in a row. The share of business entities operating on the franchise model in the world is investigated. Prospects of development of franchising business model in the world are analyzed. Based on the research, the authors conclude on the prospects for developing a franchised business model that is successfully used in more than 120 countries. Today, the global franchise market is growing and is considered one of the most promising. The franchise business model has been used successfully in more than 120 countries. In 2019, there were approximately 759,200 franchisees operating in the world, generating approximately $ 760 billion in revenue. The United States and them employ 8 million people. The largest segment of the franchising industry is fast-food restaurants with a share of more than $ 250 billion. US total industry output. The second place is taken by business services with a share of about 100 billion dollars. USA. In 2019, the world's leading franchise - McDonalds generated $ 96 billion in revenue. USA. Next up are iconic brands such as 7-Eleven, KFC and Burger King. Also, the rating of "Top 100 Global Franchises 2019" was led by McDonald's, which for several years in a row has been ranked first in the list of the world's best franchises. Burger King has moved up to 2nd place, Pizza Hut in third place, followed by Marriott International, KFC, Dunkin, 7-Eleven, SUBWAY, Domino's and Baskin-Robbins. According to the experts of Best Franchises USA, in the coming years the growth of franchising business will continue. According to Franchisedirect, an average of 300 new brands start franchising every year, 2020 will be the year of franchising professionals. Franchisors with insufficient capitalization and staff qualifications and poor brand differentiation will be eliminated by stronger brands or displaced from the franchising business altogether.

Key words: *franchise services, franchise, global competition, franchise networks, global franchise market, franchisees.*

Постановка проблеми. В умовах посилення конкуренції на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для малого бізнесу сучасною та ефективною формою його розвитку є франчайзинг. Сьогодні міжнародний франчайзинг стрімко розвивається та є ефективним способом проникнення підприємств на світові ринки, оскільки потребує значно меншої кількості інвестицій для відкриття бізнесу. Вихід підприємств на світові ринки через франчайзингові мережі дозволяє розширити ринок збуту продукції, максимізувати прибуток та збільшити зайнятість населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у процес дослідження франчайзингових послуг відображено у працях вітчизняних та російських науковців: А. Днеса, Дж. Робертса, Л. Кабраля, Ф. Котлера, Б. Кляйна, Ж.А. Виноградської, В. Денисюка, В. Дергачова, В. Довганя, Д. Землякова, Л. Качаліної, В. Качканова, С. Клімової, Н. Ковальчук.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження розвитку світового ринку франчайзингових послуг в умовах глобальної конкуренції. Необхідно охарактеризувати структуру франчайзингових підприємств у світі; дослідити галузеву структуру франчайзингу в світі; проаналізувати найкращі світові франшизи.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобальної конкуренції індустрія франчай-

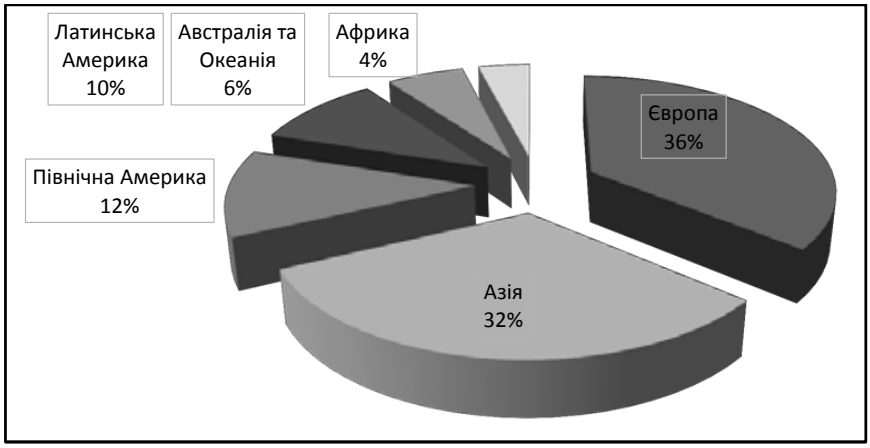


Рис. 1. Регіональна структура франчайзингу в світі в 2019 році (%)

Джерело: побудовано авторами за даними Міжнародної асоціації франчайзингу

зингу постійно розвивається. Потужним поштовхом розвитку франчайзингової діяльності стала глобалізація в усіх її проявах. Її основними характерними ознаками є розширення торгівлі та її лібералізація, інтернаціоналізація обороту капіталу й усунення перешкод для його руху, глибокі зміни у фінансовій сфері, яка найбільше відчуває наслідки електронної революції, розгортання діяльності ТНК та поширення їх експансії, дедалі сильніша орієнтація попиту на світовий ринок, утворення міжнародних фінансових інститутів та інше.

Сьогодні світовий ринок франчайзингу зростає і вважається одним із найперспективніших. Форма франчайзингової моделі бізнесу успішно використовується в понад 120 країнах світу, серед яких частка європейських – 36%, азійських – 32%, північноамериканських – 12%, латиноамериканських – 10%, Австралії та Океанії – 6%, на африканському континенті – 4% франчайзингових підприємств [12] (рис. 1).

Стрімкий розвиток франчайзингового простору, зміна споживчих тенденцій та технологічні досягнення розширюють межі франчайзера. За даними експертів Best Franchises США, в найближчі роки продовжиться зростання франчайзингового бізнесу.

В умовах сьогодення високий рівень довіри споживачів приводить до позитивних тенденцій. У березні 2019 року було створено близько 196 000 робочих місць, а рівень безробіття за місяць становив 3,8%. Найбільшого зростання числа установ і зайнятості зазнала індустрія особистих послуг. Цей сегмент включає в себе такі послуги, як освітні програми, охорона здоров'я, розваги та оздоровчі, косметичні послуги.

Згідно з Franchise Direct, в середньому 300 нових брендів розпочинають франчайзинговий бізнес щороку. До кінця 2019 року очікується більш ніж 760 000 франчайзингових точок. Також кожен сьомий бізнес є франшизою. Так, у США в 2019 році частка суб'єктів підприємництва, що працюють за франчайзинговою моделлю, становить 80%, в країнах Європи – 67%, в Україні – 23% [10] (рис. 2).

За прогнозними даними Міжнародної асоціації франчайзингу в 2020 році відбудеться збільшення числа франчайзингових закладів у цій сфері на 3% та на 5% числа працівників. Відповідно, є низка факторів, які визнають успішність франчайзингового бізнесу в світі, в 2020 році ці позитивні тенденції збережуться [12].

Найбільшого поширення франчайзинг у світі набув у таких галузях економіки [12] (рис. 3).

У 2019 році FRANdata визначила 108 нових брендів франшизи в 22 галузях. Ресторани та заклади швидкого харчування є двома найбільшими сферами для нових франшиз. Кількість нових брендів у сфері охорони здоров'я та фітнесу також зростає та становить 48% ринку нових франшиз.

У 2019 році у світі працювало близько 759 200 франчайзингових закладів, які отримали прибуток близько 760 млрд дол. США, в них було зайнято 8 мільйонів осіб. Найбільший сегмент франчайзингової індустрії – ресторани швидкого обслуговування, частка яких понад 250 млрд дол. США від загального обсягу виробництва галузі. Другу позицію посідають бізнес-послуги з часткою близько 100 млрд дол. США.

Варто зазначити, що в 2019 році провідна франшиза у світі – McDonalds отримала прибуток в розмірі 96 млрд дол. США. Далі йдуть такі знакові бренди, як 7-Eleven з обсягом продажів у

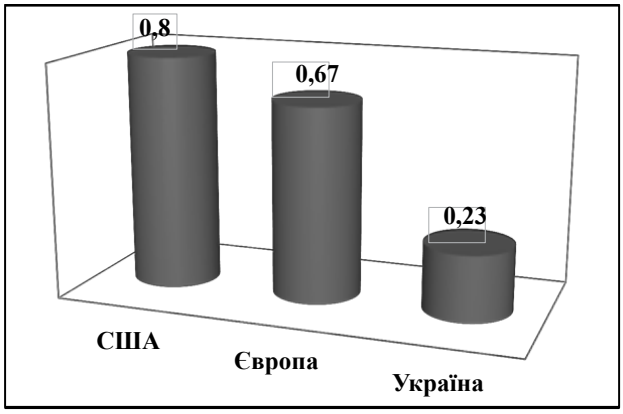


Рис. 2. Структура франчайзингових підприємств у 2019 році, (%)

Джерело: побудовано авторами за даними Міжнародної асоціації франчайзингу

86 млрд дол. США, KFC – 26,24 млрд дол. США та Burger King – 21,62 млрд дол. США [12] (рис. 4).

Рейтинг найбільших франчайзингових мереж у світі щорічно надається у вигляді «Top 100 Global Franchises». У ньому особлива увага надається франшизам, які вийшли за межі своїх рідних кордонів і діють, як мінімум, в двох країнах. У 2019 році було значно більше франшиз, які боролися за участь в рейтингу. Дані компаній аналізуються із фінансових звітів, документів про розкриття франшизи (FDD) та інших опублікованих галузевих джерел. Зібрані дані для кожної франшизи вводяться в запатентовану комп'ютерну формулу, що робить результат максимально об'єктивним [10].

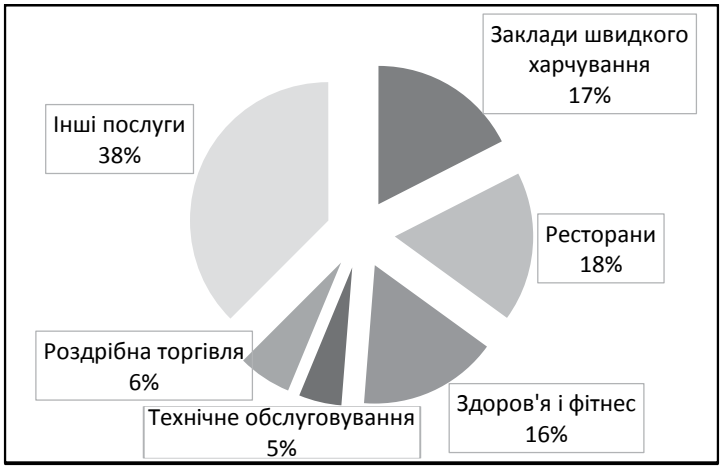


Рис. 3. Галузева структура франчайзингу в світі в 2019 році (%)

Джерело: побудовано авторами за даними Міжнародної асоціації франчайзингу

В історії «Top 100 Global Franchises» тільки дві франшизи очолювали рейтинг: McDonald's (2009, 2010, 2016–2018) і Subway (2011–2015). Вже декілька років поспіль McDonald's займає перше місце в списку найкращих світових франшиз. Завдяки постійному переосмисленню, від цифрових екранів меню до мобільного додатка, McDonald's очолює рейтинг. Burger King перемістився на 2-е місце рейтингу завдяки зростанню бізнесу в Південній Америці. Нині в південноамериканських країнах налічується понад 900 ресторанів Burger King [10].

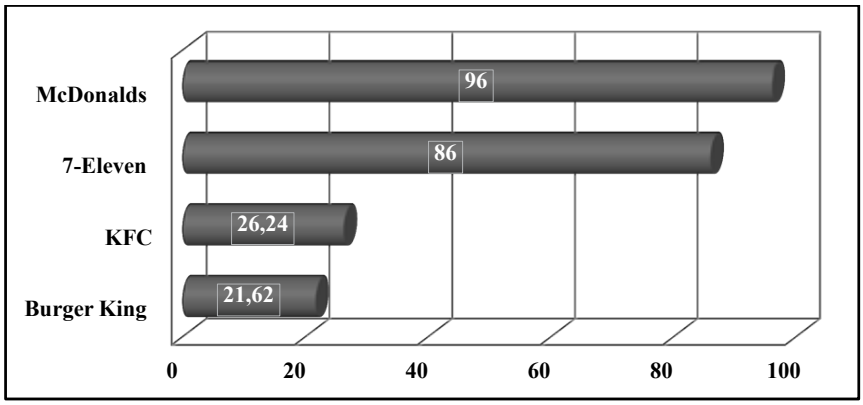


Рис. 4. Обсяг прибутку франчайзингових брендів в 2019 році, (млрд. дол. США)

Джерело: побудовано авторами за даними International Franchising Association

Pizza Hut вирішує проблему скорочення часу очікування клієнтів. Час доставки піци став основним для поліпшення багатьох франшиз піци. У жовтні 2018 року франшиза № 3 в рейтингу цього року в партнерстві з Toyota представила свій новий Tundra Pie Pro. Транспортний засіб ыз нульовим рівнем викидів розміщує робочу піцерію ву вантажівці, що дає змогу приготувати пиріг у будь-якому місці протягом 6–7 хвилин. Pizza Hut заявляє, що розроблення вантажівки дозволить їм обійти обмеження радіуса доставки.

Marriott International, № 4 в рейтингу, використовувала свій портфель з 30 брендів для підписання угод про управління і франшизи для 816 об'єктів нерухомості в 2018 році. У готелях Marriott International було зареєстровано рекордну кількість клієнтів у місцях збільшення міжнародних поїздок. Ці напрями включають Європу, Близький Схід, Африку та Азійсько-Тихоокеанський регіон [10].

KFC робить тренінг із сертифікації Chicken Mastery більш інтерактивним, використовуючи VR (віртуальну реальність). Під назвою «Важкий шлях» симулятор, схожий на кімнату квесту, складається з міні-ігор, докладно описують п'ять етапів процесу смаження курчати.

7-Eleven в 2019 році прагне прийняти більш орієнтовану на споживача технологію для підвищення якості обслуговування клієнтів. Магазин працює не тільки з цифровими варіантами оплати, а й ыз додатком на смартфоні та соціальними мережами, що дозволяють клієнтам оплачувати рахунки і брати участь у багатьох акціях [10].

Domino’s входить в першу десятку, в основному завдяки його оновленню до більш технологічної і цифрової моделі ведення бізнесу. Фактично цифрові продажі зараз складають 65% всіх замовлень на франшизу піци. До 2025 року компанія хоче додати не менше 2000 точок в США, що є частиною глобальної стратегії зростання, мета якої – додати 10 тисяч місць в цей період.

Споріднений бренд Dunkin (обидва є частиною материнської компанії Dunkin' Brands), Baskin-Robbins завершує ТОП-10 (табл. 1) [10] :

Таблиця 1

Top-10 Global Franchises

Франчайзер	Країна	Сфера послуг
McDonald's	США	швидке харчування
Burger King	США	швидке харчування
Pizza Hut	США	доставка піци
Marriott International	США	готелі
KFC	США	швидке харчування
Dunkin'	США	хлібобулочні вироби
7-Eleven	США	мережа магазинів
SUBWAY	США	швидке харчування
Domino's	США	доставка піци
Baskin-Robbins	США	морозиво

Джерело: складено авторами за даними Frinchise Direct

Серед найбільш відомих, популярних і активних американських франчайзерів, що функціонують у сфері послуг і громадського харчування, можна назвати низку видатних компаній: «America Center» (послуги), «A-15» (прокат автомобілів), «Baskin Robbins» (морозиво), «Burger King» (швидке харчування) «Century» (нерухомість), «City Looks» (перукарські салони), «Comfort Inn» (готелі), «Domino's Pizza» (доставка піци), «ERA» (нерухомість), «Future Kids» (дитяча освіта), «Haagen Dazs» (морозиво), «Holiday Inn» (готелі), «Levi 's Store» (одяг), «McDonald's» (швидке харчування), «Midas» (автомобільний сервіс), «Pizza Hut» (швидке харчування), [13], (табл. 2):

Таблиця 2

ТОП-15 франчайзерів, які функціонують у сфері послуг і громадського харчування

Франчайзер	Сфера послуг
«America Center»	послуги
«A-15»	прокат автомобілів
«Baskin Robbins»	морозиво
«Burger King»	швидке харчування
«Century»	нерухомість
«City Looks»	перукарські салони
«Comfort Inn»	готелі
«Domino's Pizza»	доставка піци
«ERA»	нерухомість
«Future Kids»	дитяча освіта
«Haagen Dazs »	морозиво
« Levi 's Store »	одяг
« McDonald's »	швидке харчування
« Midas »	автомобільний сервіс
« Pizza Hut »	швидке харчування

Джерело: складено авторами за даними американського журналу Entrepreneur

За даними Міністерства торгівлі США, в 2019 році 29% усіх американських іноземних франшиз були розміщені в Канаді, загальною кількістю 237 франчайзерів, які володіють 9031 торговою точкою. Це становить близько 40% усіх іноземних франшиз США, розміщених у Канаді. Франчайзери з інших країн, зокрема з Франції, Австралії, Великобританії, також проникають на ринок Канади швидкими темпами [13].

Причинами тривалого зростання франчайзингу в США за припущеннями фахівців є зростання особистого доходу, стабільність цін, високий рівень оптимізму споживачів і вища конкуренція за частину ринку. Безумовно, також важливим чинником, що зробив внесок у розвиток франчайзингу, стала привабливість США для іноземних компаній. Особливо активно з'являлися на ринку США канадські, європейські та японські франчайзери зі своїми системами, що вже досягли успіху в цих країнах [3, с. 128].

Таким чином, історично франчайзинг в США є одним із найбільш розвинених і успішних форм організації бізнесу та розвитку підприємницької діяльності. Він дозволяє мінімізувати ризики в процесі ведення бізнесу, а віковий досвід існування франчайзингу в США довів його стійкість і забезпечив популярність.

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні світовий ринок франчайзингу зростає і вважається одним із найперспективніших. Форма франчайзингової моделі бізнесу успішно використовується в понад 120 країнах світу. У 2019 році в світі працювало близько 759 200 франчайзингових закладів, які отримали прибуток близько 760 млрд дол. США та в них було зайнято 8 мільйонів осіб. Найбільший сегмент франчайзингової індустрії – ресторани швидкого обслуговування, частка яких понад 250 млрд дол. США від загального обсягу виробництва галузі. Другу позицію посідають бізнес-послуги з часткою близько 100 млрд дол. США.

У 2019 році провідна франшиза у світі – McDonalds – отримала прибуток у розмірі 96 млрд дол. США. Далі йдуть такі знакові бренди, як 7-Eleven, KFC та Burger King. Також рейтинг «Top 100 Global Franchises 2019 очолила компанія McDonald's, яка вже декілька років поспіль займає перше місце в списку найкращих світових франшиз. Burger King перемістився на 2-е місце рейтингу, Pizza Hut на третьому, далі йдуть Marriott International, KFC, Dunkin, 7-Eleven, SUBWAY, Domino’s та Baskin-Robbins.

За прогнозними даними експертів Best Franchises США в найближчі роки продовжиться зростання франчайзингового бізнесу у світі. Згідно з Franchisedirect, у середньому 300 нових брендів розпочинають франчайзинговий бізнес щороку, 2020 рік буде роком професіоналів франчайзингу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Побоченко Л.М. Розвиток франчайзингового бізнесу в країнах Європи: Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право), 2016. № 1. С. 57–64.

2. Побоченко Л.М. Вплив франчайзингу на розвиток європейського бізнесу: Проблеми розвитку малих відкритих економік: Всеукраїнський форум з проблем міжнародних економічних відносин, 18 квітня 2018 р.: тези доп. м. Житомир, 2018. С. 45–49.

3. Побоченко Л.М., Марценюк Х.С. Оцінка сучасного стану міжнародного франчайзингу в розвинутих країнах світу: Науковий вісник Херсонського державного університету, 2014. № 8. С. 125–132.

4. Ohinok S. State regulation of franchising in the EU member countries: Baltic Journal of Economic Studies, 2016. № 1. P. 133–136.

5. Franchising in US. Economy: prospects and problems. Committee on small business /House of representatives. Washington. 2016. P. 47–52.

6. International Franchise Association /The Profile of Franchising. Washington, DC: The IFA Educational Foundation, 2017. 23 p.

7. American Association of Franchisees & Dealers. URL: http://www.aafd.org/ (дата звернення: 22.12.2019).

8. European Franchise Federation. URL: http://www.eff-franchise.com/ (дата звернення: 22.12.2019).

9. Міжнародна академія з франчайзингу. URL: http://www.npmaf.com/content/ (дата звернення: 21.12.2019).

10. Frinchise Direct. URL: http://www.frinchisedirect.com (дата звернення: 22.12.2019).

11. Top500 Franchising. URL: http://www.franchexpo.ru (дата звернення: 21.12.2019).

12. Міжнародна Асоціація з франчайзингу. URL: http://www.franchise.org (дата звернення: 22.12.2019).

13. World Franchise & Business Report. URL: http://www.franchise-update.com (дата звернення: 21.12.2019).

REFERENCES:

1. Pobochenko L.M. (2019) Rozvytok franchajzynghovogho biznesu v krajinakh Jevropy [Franchising business development in Europe]. Strategy of Ukraine development (economics, sociology, law), no. 1, pp. 57–64 (accessed 21 January 2019).

2. Pobochenko L.M. (2018) Vplyv franchajzynghu na rozvytok jevropejsjkogho biznesu: Problemy rozvytku malykh vidkrytykh ekonomik [Spillover of franchising on the development of the European business: Problems of development of a small business economy]. All-Ukrainian forum on the problems of international business issues. Zhitomir, pp. 45–49.

3. Pobochenko L.M., Martsenyuk H.S. (2014) Ocinka suchasnogho stanu mizhnarodnogho franchajzynghu v rozvynutykh krajinakh svitu [Assessment of the current state of international franchising in developed countries]. Science News of the Kherson Sovereign University, no. 8, pp. 125–132.

4. Ohinok S. (2016) State regulation of franchising in the EU member countries. Baltic Journal of Economic Studies. № 1. P. 133–136.

5. Franchising in US. Economy: prospects and problems. Committee on small business. House of representatives. Washington. 2016. P. 47–52.

6. International Franchise Association. The Profile of Franchising. Washington, DC: The IFA Educational Foundation, 2017.

7. American Association of Franchisees & Dealers. URL: http://www.aafd.org/ (accessed 22 January 2019).

8. European Franchise Federation. URL: http://www.eff-franchise.com/ (accessed 22 January 2019).

9. International Franchising Academy. URL: http://www.npmaf.com/content/ (accessed 21 January 2019).

10. Frinchise Direct. URL: http://www.frinchisedirect.com (accessed 22 January 2019).

11. Top500 Franchising. URL: http://www.franchexpo.ru (accessed 21 January 2019).

12. International Franchising Association. URL: http://www.franchise.org (accessed 22 January 2019).

13. World Franchise & Business Report. URL: http://www.franchise–update.com (accessed 21 January 2019).

Pobochenko Lesya
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economic Relations
and Business
National Aviation University
Tsoi Anastasia
Student
National Aviation University

WORLD MARKET DEVELOPMENT RESEARCH OF FRANCHISING SERVICES IN GLOBAL COMPETITION

In the conditions of increasing competition in the domestic markets and limited financial opportunities for small business, a modern and effective form of its development is franchising. Today, international franchising is rapidly evolving and is an effective way for businesses to enter global markets, as it requires significantly less investment to start a business. Enterprises entering the world markets through franchise networks allow to expand the market of products, to maximize profit and to increase employment of the population.

The current global economic development trend indicates the continued use of franchising as an effective form of business organization, which can reduce the risks in small and medium enterprises. Today, the leading countries of the world use the franchise model of doing business as an integral attribute of the economy, because most of the sales are carried out through franchised networks.

Today, the global franchise market is growing and is considered one of the most promising. This form has been used successfully in 80 countries. According to the International Franchising Association, franchising firms make up about 13% of GDP. Franchising is used in 75 business areas – from fast food and restaurants to real estate operations and legal services.

International franchising tends to develop rapidly as it is an effective way for enterprises to penetrate global markets, since they require significantly less investment to open a business. Entrance of enterprises to world markets through franchising networks allows expanding sales of products, maximizing profits and increasing employment.

In a global competition, the franchising industry is constantly evolving. Globalization in all its manifestations has become a powerful impetus for the development of franchising activities. Its main features are the expansion of trade and its liberalization, the internationalization of capital turnover and the elimination of obstacles to its movement, profound changes in the financial sphere, which is most affected by the effects of the electronic revolution, the expansion of the activities of TNCs and their expansion, growing stronger, the formation of international financial institutions and more.

Today, the global franchise market is growing and is considered one of the most promising. The franchise business model has been successfully used in more than 120 countries, including European – 36%, Asian – 32%, North American – 12%, Latin – 10%, Australia and Oceania – 6%, African continent – 4%.

In 2019, there were approximately 759,200 franchisees operating in the world, generating profits of approximately $760 billion. and employed 8 million people. The largest segment of the franchising industry is fast-food restaurants with a share of more than $250 billion. total industry output.

According to experts from Best Franchises USA, in the coming years, the growth of franchising business will continue. According to Franchisedirect, an average of 300 new brands start franchising annually, in 2020 it will be known as the year of franchising professionals. Franchisors with insufficient capitalization and appropriately qualified staff and poor brand differentiation will be eliminated more strongly by brands or generally displaced from the franchising business.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНФЛИКТЫ И ТУРИЗМ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ВЗАИМОСВЯЗЬ, РАЗВИТИЕ

INTERNATIONAL CONFLICTS AND TOURISM: CHARACTERISTICS, RELATIONSHIP, DEVELOPMENT

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-9

Сардак С.Э.
д.э.н., доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента туристической деятельности
Днепровский гуманитарный университет
Реукова А.О.
студент
Днепровский гуманитарный университет
Турко В.И.
студент
Днепровский гуманитарный университет

В статье определено содержание и особенности развития конфликтов на различных управленческих уровнях (личностном, микро-, мезо-, макро- и глобальном). Освещено, что возникновение международных конфликтов имеет различные причины, охватывает различные сферы и субъектов, а также многосторонние последствия (формирование проблем, вызовов, угроз, тенденций и рисков), идентификация которых может быть осуществлена по шести группам факторов: природные, биологические, технические, экономические, социальные, управленческие. Рассмотрена взаимосвязь международных конфликтов и развития туризма в странах. Предложена классификация групп стран по степени влияния международных конфликтов на туристическую активность в государстве: первая группа – страны с большим влиянием международных конфликтов на туризм; вторая группа – страны со средним влиянием международных конфликтов на туризм; третья группа – страны с малым влиянием международных конфликтов на туризм; четвертая группа – страны, которые не принимают участия в международных конфликтах.

Ключевые слова: *конфликт, международный конфликт, туризм, международный туризм, развитие, страна.*

У статті визначено зміст та особливості розгортання конфліктів на різних управлінських рівнях (особистісному, мікро-, мезо-, макро- та глобальному). Висвітлено, що виникнення міжнародних конфліктів має різні причини, охоплює різні сфери і суб'єктів, а також має багатосторонні наслідки (формування проблем, викликів, загроз, тенденцій і ризиків), ідентифікація яких може бути здійснена за шістьма групами факторів: природні, біологічні, технічні, економічні, соціальні, управлінські. Розглянуто взаємозв'язок міжнародних конфліктів та розвиток туризму в країнах. Запропоновано класифікацію груп країн за мірою впливу міжнародних конфліктів на туристичну активність в державі: перша група – країни з великим впливом міжнародних конфліктів на туризм; друга група – країни з середнім впливом міжнародних конфліктів на туризм; третя група – країни з малим впливом міжнародних конфліктів на туризм; четверта група – країни які не беруть участі в міжнародних конфліктах.

Ключові слова: *конфлікт, міжнародний конфлікт, туризм, міжнародний туризм, розвиток, країна.*

The article defines the content and features of the development of conflicts at various managerial levels. Personal level (involvement of individual tourists, local residents and migrants); microlevel (the subject of the conflict is the staff of enterprises in the tourism and hospitality industry, transport companies, as well as other local institutions, firms and organizations); mesoscale (parties to the conflict are associative structures, local governments, territorial communities, etc.); macro level (the conflict develops between the state authorities of the countries); global level (international organizations, regional associations, TNCs intervene in the conflict). It is highlighted that the emergence of international conflicts has various causes, covers various areas and actors, as well as multilateral consequences (the formation of problems, challenges, threats, trends and risks), the identification of which can be carried out by six groups of factors: natural, biological, technical, economic, social, managerial. The relationship of international conflicts and the development of tourism in countries were considered. It was revealed that the intensification of the international conflict in the country, as a rule, on the one hand leads to the outflow of local residents from the region (an increase in the number of domestic tourists and emigrants), and on the other hand, to a decrease in the entry of international tourists and immigrants. Using the example of considering the historical dynamics of the development of conflicts and the tourism industry, the authors propose a classification of groups of countries according to the impact of international conflicts on tourist activity. The first group is countries with a large influence of international conflicts on tourism (countries that actively participate in international conflicts and this significantly affects the number of tourist flows). The second group – countries with an average impact of international conflicts on tourism (countries that participate in international conflicts and this noticeably affects the number of tourist flows). The third group consists of countries with a small impact of international conflicts on tourism (countries that passively participate in international conflicts, but this only slightly affects the number of tourist flows). The fourth group includes countries not participating in international conflicts (all other countries that do not have any international conflicts on their territory and do not take part in them in other regions).

Key words: *conflict, international conflict, tourism, international tourism, development, country.*

Постановка проблемы. Туризм как перемещение человека с постоянного места жительства, осуществляемое с целью временного ознакомления и использования ресурсов новой территории, является одной из форм территориального движения человеческих ресурсов [13].

В сфере туризма безопасность туриста является одним из определяющих факторов выбора тура и этому вопросу уделяется много внимания со стороны международных организаций, руководителей государств, туристических компаний и исследователей. Например, на Всемирном экономическом форуме представлен «Отчет о конкурентоспособности путешествий и туризма 2019», в котором 140 стран ранжированы по рейтингу безопасности для туристов [14, с. 71]. Институт экономики и мира (IEP) разработал собственный «Глобальный индекс мира» который отражает уровень безопасности в 163 странах [10, с. 8–9].

Международные конфликты, происходящие в странах оказывают существенное негативное воздействие на туризм, так как индустрия туризма для подавляющего большинства туристов (не считая организации экстремальных и деловых туров) подразумевает обеспечение комфорта. Поэтому исследование сути международных конфликтов,

их развития и влияния на международный туризм в государствах, является актуальным вопросом в сфере международных экономических отношений.

Анализ последних исследований и публикаций. Развитие международных конфликтов и туризма рассматривают в своих исследованиях: Е. Базина [1], Е. Богодистов [9], Г. Заварика [2], К. Компанец [3], А. Крупский [4], Е. Репешко [5], А. Риаси [11], Э. Салинас Чавес [12], С. Сардак [6], Л. Устименко [7], А. Шмыткова [8]. Однако в вышеприведенных публикациях изучаются лишь отдельные аспекты проявления конфликтов и влияние международных конфликтов на социально-экономическую ситуацию в регионах, а также на инновационную, инвестиционную и финансовую активность в туризме, что обуславливает необходимость проведения дальнейших исследований.

Постановка задачи. Задачей статьи является исследование влияния международных конфликтов на туризм, для чего поставлены и решены следующие цели: рассмотрение содержания, форм, сферы проявления и последствий международных конфликтов; определение взаимосвязи между международными конфликтами и развитием туризма в регионах; идентификация меры влияния международных конфликтов на туристическую активность в странах. В статье применен системный и диалектический подход, а также общенаучные методы абстрагирования, сравнительного анализа, синтеза, группировки и обобщения.

Изложение основного материала исследования. В XXI веке туризм выступает важнейшей составляющей развития мировой экономики. За последние 20 лет туристические потоки в мире возросли более чем в 2,7 раза с 436 млн человек в 1990 г. до 1,186 млрд человек в 2015 г. (табл. 1).

После достижения исторического бума в 2012 г. (превышение одного миллиарда человек, путешествующих в мире за один год), численность международных туристов продолжает расти. Это свидетельствует о быстром развитии туристической отрасли в мире. Доля туризма в мировой торговле услугами занимает около 30%, на туризм приходится около 7% мирового капитала, 10% мирового ВВП, 6% трудовых ресурсов, 11% потребительских расходов, 35% ежегодного прироста инвестиций. Мировой объем финансовых поступлений от международного туризма ежегодно растет и по рангу больше доходов имеет Европа, далее Азия и Тихоокеанский регион, Америка, Ближний Восток и Африка. Среди стран лидерами по доходам от международного туризма в 2017 году являются: США – 251 млрд дол. США, Франция – 70, Испания – 68, Таиланд – 62, Германия – 56, Великобритания – 51 млрд дол. США, соответственно [16]. Среди стран лидерами по расходам на международный туризм в 2017 году являются: КНР – 258 млрд долл., США – 135, Германия – 84, Великобритания – 63, Франция – 41 млрд дол. США, соответственно [16].

Однако заметим, что прирост численности потоков международных туристов обеспечивается за счет стабильных регионов, в которых созданы и поддерживаются благоприятные условия для развития туризма. То есть, устойчивость развития туризма напрямую зависит от стабильности дестинации, которой, весомый ущерб наносят международные конфликты.

Международный конфликт, как отсутствие согласия или же столкновение противоположных интересов, мнений, взглядов, происходит между различными субъектами международных отношений (известные личности и организации, ТНК, непризнанные территории, страны, региональные объединения, международные организации). При этом, следует учитывать, что международные конфликты могут иметь разные стадии своего развития (как вариант, классификации К. Райта: осознание несовместимости, рост напряженности, давление без применения военной силы, война) и

Таблица 1

Динамика и прогноз развития международного туризма, млн чел.

Регион	Количество международных туристов (прибытия), млн человек											
	1990	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2020**	**2030**
Мир, в целом	436	529	677	807	949	995	1038	1087	1138	1186	1360	1809
в том числе:												
Развитые страны	297	336	420	459	506	530	555	582	615	653	643	772
Развивающиеся страны	139	193	256	348	443	465	482	505	523	533	717	1,037
в том числе по регионам:												
Европа	262,7	305,9	388,0	448,9	485,5	516,4	539,6	566,3	588,4	607,7	620	744
Азия и Тихоокеанский регион	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	218,2	233,8	249,8	263,0	279,2	355	535
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	150,4	156,0	162,5	168,1	180,6	192,6	199	248
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	49,9	49,4	52,2	54,7	56,0	53,5	85	134
Ближний Восток	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	54,9	49,8	48,2	50,3	53,3	101	149

Источник: приведено авторами по данным [16]

в XXI веке они начали выражаться в виде этнополитических внутригосударственных столкновений, кризисов и терроризма [5].

В сфере туризма проявления международного конфликта может осуществляться на разных управленческих уровнях:

– личностный (вовлечение туристов, местных жителей и мигрантов);

– микроуровень (субъектом конфликта становится персонал предприятий индустрии туризма и гостеприимства, транспортных компаний, а также прочих местных учреждений, фирм и организаций);

– мезоуровень (сторонами конфликта становятся ассоциативные структуры, органы местного самоуправления, общины и т.д.);

– макроуровень (конфликт развивается между органами государственной власти стран);

– глобальный (в конфликт вмешиваются международные организации, региональные объединения, ТНК).

Возникновение международных конфликтов имеет различные причины (религиозные, цивилизационные, геополитические, экономические, политические, электоральные и т.д.), охватывает различные сферы и имеет многосторонние последствия [3] – формирование проблем, вызовов, угроз, тенденций и рисков [13], идентификация которых может быть осуществлена по различным методологическим подходам [7], а в рамках формата данного исследования авторами предлагается использовать шесть групп факторов:

– природные (вследствие боевых действий, техногенных катастроф и последствий эксплуатации военной техники, осуществляется деструктивное воздействие на природную среду, в результате чего повреждается рекреационная привлекательность ландшафтов, водных и воздушных ресурсов);

– биологические (из-за антропогенного и техногенного воздействия наносится вред или наступает смерть у растительных организмов, животных и людей);

– технические (происходит повреждение или разрушение техногенных объектов: домов, сооружений, дорог, транспортных средств, коммуникаций и прочих объектов);

– экономические (в результате инфляции, форс-мажора, потери, воровства, грабежа или отъема происходит потеря ресурсов туристов, туристических компаний и инфраструктурных компаний, работающих в туристической индустрии и отток финансовых средств государства);

– социальные (в силу значительного расхождения коммуникационных, психических, культурных, этических и прочих установок, возникают социальные конфликты и деструкции);

– управленческие (обусловленные отличием мировоззрения, религиозных ценностей, идеологии, нормативно-правовой базы, а также действиями менеджеров, предпринимателей, бизнесменов и прочих глобальных субъектов).

Наиболее значимыми международными конфликтами в XX–XXI веках, в которые были вовлечены многие страны и, которые, до сих пор несут свои отголоски являются: Первая мировая война (1914–1918 гг.); Вторая мировая война (1939–1945 гг.); Индо-Пакистанский конфликт (с 1947 г.); Корейская война (1950–1953 гг.); Война во Вьетнаме (1957–1975 гг.); Карибский кризис (Кубинский ракетный кризис – 1962 г.); Африканские конфликты (60–90-х года XX века); Ирано-Иракская война (Первая война в Персидском заливе – 1980–1988 гг.); этноконфессиональный конфликт на Балканах (Югославские войны – 1991–2001 гг.); этноконфессиональные конфликты на постсоветском пространстве начавшиеся с конца 80-х гг. XX века и продолжающие развиваться в XXI веке (конфликт в Нагорном Карабахе, Грузино-Абхазский конфликт, Грузино-Осетинский конфликт, Северно-Кавказский конфликт, Приднестровский конфликт, гражданская война в Таджикистане, Российско-Грузинский конфликт, Российско-Украинский конфликт); вторжение США и их союзников в Ирак (2003 г.); конфликты на Ближнем Востоке («Арабская весна» начавшаяся в 2011 г., приведшая к тому, что данный регион тогда «потерял около 5 млн туристов и 6 млрд долл. США» и были уничтожены многие ценнейшие исторические объекты и туристические ресурсы [8]).

Последствия вышеназванных конфликтов для туристической индустрии разносторонние, однако, можно отметить особенность, что при активизации международного конфликта, численность международных туристов – сокращается и происходит отток местного населения, которое переходит в статус внутригосударственных туристов, внутригосударственных мигрантов, беженцев, внутренне перемещенных лиц и прочие форматы. Далее кратко рассмотрим влияние международных конфликтов на туризм в ряде стран.

Афганистан на протяжение столетий находится в зоне политических интересов разных цивилизаций, что обуславливает перманентность его вовлечения во внутригосударственный и международные конфликты. В 1979–1989 гг. в Афганском конфликте принимали официальное участие войска СССР, а с 2001 по 2014 происходил асимметричный военный конфликт между Международными силами содействия безопасности (ISAF) и исламистской организацией Талибан. В течение XX и XXI веков, Афганистан является опасным регионом для международных туристов, по которому международные организации, предоставляют неполные статистические данные [16].

Египет в 2010 году получил 14,7 млн туристов, что принесло 12,5 млрд долл., составляло 13 % ВВВ и каждый седьмой египтянин был вовлечен в

турсектор. Во время революции 2011 года погибло около 900 местных граждан, и объем международных туристических потоков сократился на 35% [1]. Данная ситуация усугубилась после очередного госпереворота в 2013 году, а за зимний сезон 2014 года доходы от туризма сократились на 64,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [1]. В настоящее время объем потоков международных туристов ежегодно возрастает и в 2018 г. страну посетило более 11,3 млн международных туристов, что принесло 11,6 млрд долл. США [16].

Израиль – экономически развитое государство, которое на протяжение всей своей истории многократно находилось в состоянии международного конфликта (с 1967 г. Египтом и Сирией, а с 1988 г. с частично признанным Государством Палестина). В XXI веке международные туристические потоки относительно стабильны и большинство туристов приезжает в Израиль из США, Российской Федерации и Франции [1]. Однако, в силу действия чрезвычайного положения, в Израиле продолжает быть опасным для туристов территория находящаяся вблизи сектора Газа, где перманентно происходят обстрелы и теракты. Во время введения особого положения, в Израиле наблюдается снижение туристических потоков. В последние годы, в турсекторе занято около 6% трудовых ресурсов Израиля. Численность международных туристов возрастает (2010 год – 2,8 млн чел., 2017 – 3,6, 2018 год – 4,1 млн чел.), увеличивая финансовые поступления для экономики страны (2010 год – 4,9 млрд долл. США, 2017 – 6,8, 2018 год – 7,2 млрд долл. США) [16].

Куба является ярчайшим примером наличия прямой зависимости от глубины международного конфликта и масштабов международного туризма. В своем исследовании Эдуардо Салинас Чавес, Эрос Салинас Чавес, Луис Мундет и Сердан отмечают, что с ослаблением санкций против Кубы и «потеплением» международных отношений с США и другими экономически развитыми станами, поток международных туристов стал возрастать [12]. Так, динамика прибытия международных туристов на Кубу в период 1925–2017 гг. представлена на рис. 1.

Развитие индустрии туризма на Кубе в период экономического спада 1991–1997 гг. способствовало занятости населения и улучшению экономического состояния государства. В настоящее время численность международных туристов возрастает (в 2018 году – 4,7 млн чел.) и туризм становится одним из основных источников государственного дохода (в 2018 г. – 2,9 млрд долл. в год) [16]. Кроме традиционного рекреационного туризма набирает популярности медицинский туризм.

Ливан до 2011 года получал от туризма 18,5 % ВВП, однако вследствие военного конфликта в приграничной Сирии, в страну хлынули потоки беженцев, что начало отпугивать международных туристов и их численность, которая в 2010 была на уровне 2,2 млн человек ежегодно, стала снижаться в 2011 году на 24%, в 2012 ещё на 17,5, в 2013 ещё на 12,5% [1, 16]. Таким образом, Ливан не был прямым участником международного конфликта, но воспринял негативные последствия от соседнего региона.

Тунис до 2010 года получал от международного туризма 7% ВВП (2,5 млрд дол.) и в сферу туризма было вовлечено до 400 тыс. трудовых ресурсов. После «Жасминовой революции», когда погибло более двухсот местных граждан, по призыву официальных властей своих государств, большинство международных туристов покинуло Тунис и внесло напряжение в международные экономические отношения. Численность туристов и объем

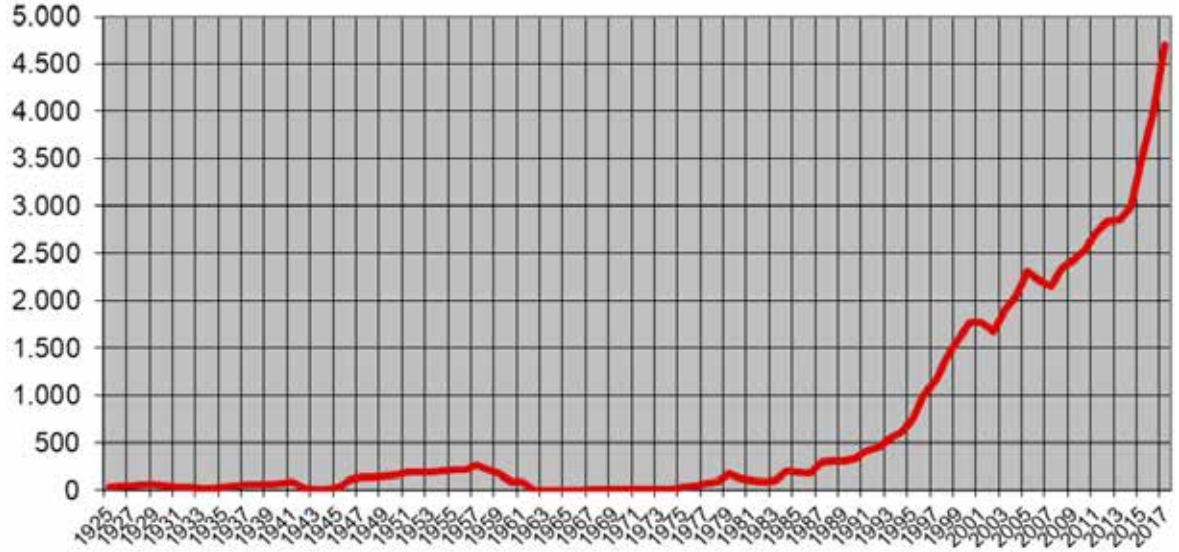


Рис. 1. Динамика прибытия международных туристов на Кубу в 1925–2017 гг., тыс. чел. [12]

доходов от туризма в 2010–2011 гг. сократились почти на 40 % [1]. В настоящее время наблюдается постепенное восстановление международных туристических потоков (в 2010 г. – 7,8 млн чел. и 2,6 млрд долл. США, а в 2018 г. – 8,3 млн чел. и 1,7 млрд долл. США.).

Турция имеет развитую индустрию туризма, в которой занято около 2 млн трудовых ресурсов (510 тыс. в самом туризме и 1,5 млн в инфраструктурных сегментах). В июне 2013 года Турция пережила антиправительственные беспорядки, что существенно замедлило рост численности международных туристов, однако это не помешало в 2014 году привлечь 41,4 млн международных туристов, которые обеспечили поступление 34,3 млрд дол. США [1]. В конце 2015 года в Турции произошла серия терактов, что еще более повлияло на сокращение потоков международных туристов. А крушение российского самолета 24.11.2015 г. привело к международному конфликту с Российской Федерацией, что нашло свое выражение в существенном ограничении потока российских туристов и турецких мигрантов, а также в применении ряда экономических ограничений. В феврале 2016 года, вследствие большого уменьшения международных туристов, привело к тому, что было продано приблизительно 1,3 тыс. отелей на 10 млрд евро. Вследствие внутриполитической нестабильности и попытки государственного переворота, в 2016 году Турцию посетило всего 25 млн международных туристов, что было на 31% меньше, по сравнению с 2015 годом. Из-за этого, страна потеряла около 15 млрд долл. В 2017 году, при стабилизации внутриполитической ситуации в стране и восстановлении прежнего формата взаимодействия с Российской Федерацией, потоки международных туристов начали возрастать и составили 37,6 млн туристов, что принесло 22,5 млрд долл. США, а в 2018 году – 45,8 млн чел. и 25,2 млрд долл. США [16].

Украина с 2014 года де-факто находится в состоянии международного конфликта с Российской Федерацией. Эта ситуация существенно отразилась на всех сферах развития государства и изменила, устоявшееся за многие годы, направление туристических потоков. В силу ряда политических, технических, экономических и экологических факторов, численность международных и внутригосударственных туристов на территорию Донбасса и АР Крым в 2014 году и течение последующих нескольких лет существенно сократилась [1–2]. Так, рассмотрим динамику туристов, обслуживаемых туроператорами и турагентами, по видам туризма в Украине в табл. 2.

По данным табл. 2, наблюдается рост численности въездных (иностранных) туристов во

Таблица 2

Количество туристов, обслуживаемых туроператорами и турагентами, по видам туризма в Украине в 2000–2018 гг., человек [15]

Год	Количество туристов[2]	В том числе		
		Въездные (иностранные) туристы	Выездные туристы	Внутренние туристы
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014[1]	2425089	17070	2085273	322746
2015[1]	2019576	15159	1647390	357027
2016[1]	2549606	35071	2060974	453561
2017[1]	2806426	39605	2289854	476967
2018[1]	4557447	75945	4024703	456799

[1] Без учета временно оккупированной территории Автономной Республики Крым, Севастополя и временно оккупированных территорий в Донецкой и Луганской областях.

[2] Юридическими лицами и физическими лицами-предпринимателями.

2000–2010 годы – по данным Министерства инфраструктуры Украины, начиная с 2011 года – по данным Госкомстата.

время политической стабильности и отсутствия в стране международных конфликтов. Международные туристы чувствительно реагировали на любую нестабильность в стране и это было заметно еще в период мирно прошедшей «Оранжевой революции» (с 22.11.2004 по 23.01.2005 г.), когда их численность по сравнению со стабильным 2003 годом, в 2004 году составляла 73,9%, в 2005 – 55,3%, в 2006 – 50,6%, а в 2007 – 63,1% соответственно.

Последствия внутригосударственных событий (называемые в СМИ: «Революции Достоинства», «Киевский Майдан», «Майдан в Киеве», «Евромайдан», «Евророволюция») произошедших на Украине в период с 21.11.2013 по 28.02.2014 года, еще более значительнее повлияли на туристические потоки. За 2014 год, общая численность обслуживаемых туроператорами и турагентами по сравнению с 2013 годом, сократилась на 29,8%, а количество въездных туристов уменьшилось на 92,7%!

В настоящее время направленность и объем туристических потоков постепенно восстанавливается. В 2018 году по сравнению с 2013 годом, общая численность обслуживаемых туроператорами и турагентами возросла на 31,9%, но количество въездных (иностранных) туристов составляло 32,7% (т.е. наблюдалось падение на 67,3%). Можем предположить, что в дальнейшем, динамика потоков международных туристов будет напрямую зависеть от политических решений по урегулированию данного конфликта.

Таким образом, принимая во внимание вышеприведенную характеристику развития международных конфликтов в странах и их характеристику по безопасности для посещения туристами [10; 14], мы отмечаем, что можно идентифицировать группы стран по мере влияниях международных конфликтов на туристическую активность в государстве:

– страны с большим влиянием международных конфликтов на туризм (страны, которые активно участвуют в международных конфликтах, что существенно сказывается на численности туристических потоков);

– страны со средним влиянием международных конфликтов на туризм (страны, которые участвуют в международных конфликтах, что заметно сказывается на численности туристических потоков);

– страны с малым влиянием международных конфликтов на туризм (страны, которые пассивно участвуют в международных конфликтах, что незначительно сказывается на численности туристических потоков);

– страны, не участвующие в международных конфликтах (все прочие страны, которые не имеют на своей территории никаких международных конфликтов и не принимающие в них участия в других регионах).

Выводы из проведеного исследования. В результате проведенного исследования, в рамках поставленной задачи и целей, получены следующие выводы.

Международный конфликт зарождается, развивается и прекращается на личностном, микро-, мезо-, макро- и глобальном управленческом уровнях, охватывая широкий круг участников индустрии туризма.

Сферы проявления и последствия международных конфликтов в туризме целесообразно рассматривать по группам факторов: природные, биологические, технические, экономические, социальные, управленческие.

Активизация международного конфликта в стране, как правило, с одной стороны, приводит к оттоку местных жителей из региона (увеличение численности внутригосударственных туристов и эмигрантов), а с другой, к сокращению въезда международных туристов и иммигрантов.

На примере рассмотрения исторической динамики развития конфликтов и туристической индустрии, авторами предложена классификация групп стран, по мере влияниях международных конфликтов на туристическую активность: первая группа – страны с большим влиянием международных конфликтов на туризм; вторая группа – страны со средним влиянием международных конфликтов на туризм; третья группа – страны с малым влиянием международных конфликтов на туризм; четвертая группа – страны не участвующие в международных конфликтах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Базина Е. Сколько денег теряют курорты из-за вооружённых конфликтов. *The willage*. URL: https://www.the-village.ru/village/business/cloud/162174-turizm-i-konflikty (дата звернення: 26.12.2019).

2. Заварика Г.М. Влияние экологической ситуации Донбасса на туризм в период кризиса. *Научные журналы Полесского государственного университета.* URL: http://ojs.polessu.by/TG/article/view/923/850 (дата звернення: 26.12.2019).

3. Компанець К.А., Бондаренко В.А., Мороз К.О. Фактори впливу на конфліктні ситуації в туризмі. *Економічний аналіз : збірник наукових праць.* 2016. Т. 24. № 2. С. 80–84.

4. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Т. 23. № 4. С. 64–71.

5. Репешко Е.А. Международные конфликты XX – начала XXI вв. как фактор нестабильности в мировой политике. *Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».* URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-konflikty-xxnachala-xxi-vv-kak-faktor-nestabilnosti-v-mirovoy-politike/viewer (дата звернення: 26.12.2019).

6. Сардак С.Э., Жигула В.П. Финансовые и инвестиционные аспекты развития международного туризма. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4(21). С. 37–41.

7. Устименко Л.М., Агеєва С.О. Кроскультурні конфлікти в організації міжнародного туризму. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. № 16. С. 58–67.

8. Шмыткова А.В., Чечётенко Ю.С. Влияние геополитической обстановки на развитие туризма на ближнем востоке в XXI веке. *Научный вестник*. 2017. № 2–3(14–15). С. 57–65.

9. Bogodistov Y., Presse A., Krupskyi O., Sardak S. Gendering dynamic capabilities in micro firms. *RAE Revista de Administracao de Empresas*. 2017. 57(3). P. 273–282.

10. Global Peace Index 2019. *Vision of Humanity*. URL: http://visionofhumanity.org/app/uploads/2019/06/GPI-2019-web003.pdf (дата звернення: 26.12.2019).

11. Riasi A., Pourmiri S. Examples of Unsustainable Tourism in Middle East. *Environmental Management and Sustainable Development*. 2016. T. 5. № 1. C. 69–85.

12. Salinas Chávez E., Salinas Chávez E., Mundet i Cerdan L. El turismo en Cuba: Desarrollo, retos y perspectivas. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*. 2019. № 11(1). P. 23–49.

13. Sardak S., Korneyev M., Dzhyndzhoian V., Fedotova T., Tryfonova O. Current trends in global demographic processes. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. № 16(1). P. 48–57.

14. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum*. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 26.12.2019).

15. Ukrstat. *Публикація документів Державної Служби Статистики України*. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення: 26.12.2019).

16. World Tourism Organization. *Compendium of Tourism Statistics.* URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420421 (дата звернення: 26.12.2019).

REFERENCES:

1. Bazina E. Skol'ko deneg teryayut kurorty iz-za vooruzhennykh konfliktov [How much money resorts lose due to armed conflict]. *The willage.* Available at: https://www.the-village.ru/village/business/cloud/162174-turizm-i-konflikty (accessed 26 December 2019). (in Russian)

2. Zavarika G.M. Vliyanie ekologicheskoy situatsii Donbassa na turizm v period krizisa [The impact of the environmental situation of Donbass on tourism during the crisis]. *Scientific journals of Polessky State University*. Available at: http://ojs.polessu.by/TG/article/view/923/850 (accessed 26 December 2019). (in Russian).

3. Kompanecj K.A., Bondarenko V.A., Moroz K.O. (2016) Faktory vplyvu na konfliktni sytuaciji v turyzmi [Factors of influence on the conflict situation in tourism]. *Economic analysis*, 24(2), pp. 80–84. (in Ukrainian)

4. Krupsjkyj O.P. (2015) Konceptualjni zasady upravlinnja innovacijnoju dijaljnistju turystychnykh pidpryjemstv [Conceptual principles of innovation management of tourism enterprises]. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Innovation Management*, 23(4), pp. 64–71. (in Ukrainian)

5. Repeshko E.A. Mezhdunarodnye konflikty XX – nachala XXI vv. kak faktor nestabil'nosti v mirovoy politike [International conflicts of the 20th – early 21st centuries as a factor of instability in world politics]. *Scientific electronic library "CyberLeninka"*. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-konflikty-xx-nachala-xxi-vv-kak-faktor-nestabilnosti-v-mirovoy-politike/viewer (accessed 26 December 2019). (in Russian)

6. Sardak S.E., Zhigula V.P. (2019) Finansovye i investitsionnye aspekty razvitiya mezhdunarodnogo turizma [Financial and investment aspects of development of international tourism]. *Eastern Europe: economy, business and management*, 4(21), pp. 37–41. (in Russian)

7. Ustymenko L.M., Aghejeva S.O. (2015) Kroskuljturni konflikty v orghanizaciji mizhnarodnogho turyzmu [Cross-cultural conflicts in the organization of international tourism]. *Culture and art in the modern world*, 16, pp. 58–67. (in Ukrainian)

8. Shmytkova A.V., Chechetenko Yu.S. (2017) Vliyanie geopoliticheskoy obstanovki na razvitie turizma na blizhnem vostoke v XXI veke [The influence of the geopolitical situation on the development of tourism in the Middle East in the 21st century]. *Scientific Herald*, 2–3(14–15), pp. 57–65. (in Russian)

9. Bogodistov Y., Presse A., Krupskyi O., Sardak S. (2017) Gendering dynamic capabilities in micro firms. RAE Revista de Administracao de Empresas, 57(3), pp. 273–282.

10. Global Peace Index 2019. *Vision of Humanity*. Available at: http://visionofhumanity.org/app/uploads/2019/06/GPI-2019-web003.pdf (accessed 26 December 2019).

11. Riasi A., Pourmiri S. (2016) Examples of Unsustainable Tourism in Middle East. *Environmental Management and Sustainable Development*, 5(1), pp. 69–85.

12. Salinas Chávez E., Salinas Chávez E., Mundet i Cerdan L. (2019) El turismo en Cuba: Desarrollo, retos y perspectivas. *Rosa dos Ventos –Turismo e Hospitalidade*, 11(1), pp. 23–49. (in Spanish)

13. Sardak S., Korneyev M., Dzhyndzhoian V., Fedotova T., Tryfonova O. (2018) Current trends in global demographic processes. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), pp. 48–57.

14. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (accessed 26 December 2019).

15. Ukrstat.org. *Publication of documents of the State Statistics Service of Ukraine.* Available at: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (accessed 26 December 2019).

16. World Tourism Organization. *Compendium of Tourism Statistics.* Available at: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420421 (accessed 26 December 2019).

Sardak Sergii
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Economics and Management
of Tourism Dniprovskii University of the Humanities
Reukova Anastasia
Student
Dniprovskii University of the Humanities
Turko Vladislav
Student
Dniprovskii University of the Humanities

INTERNATIONAL CONFLICTS AND TOURISM: CHARACTERISTICS, RELATIONSHIP, DEVELOPMENT

The purpose of the article. The safety of a tourist is one of the determining factors for choosing a tour and a lot of attention is paid to this issue from international organizations, leaders of state, travel agencies and researchers. International conflicts have a significant negative impact on tourism, because the tourism industry for the vast majority of tourists (not counting the organization of extreme and business tours) involves providing comfort.

Methodology. The goal of the article is research influence of international conflicts on tourism, for which the following goals have been set and solved: to consider the content, forms, areas of manifestation and effects of international conflicts; to determine the relationship between international conflicts and tourism development in the regions; identify the measure of the impact of international conflicts on tourism activity in countries.

The article uses a systematic and dialectical approach, as well as general scientific methods of abstraction, comparative analysis, synthesis, grouping, generalization.

Results. The article defines the content and features of the conflict development at various managerial levels. Personal level (involvement of individual tourists, local residents and migrants); micro level (the staff of enterprises in the tourism and hospitality industry, transport companies, as well as other local institutions, firms and organizations are subjects of conflicts); mesoscale (parties to the conflict are associative structures, local governments, territorial communities, etc.); macro level (the conflict develops between the state authorities of the countries); global level (international organizations, regional associations, TNCs intervene in the conflict).

It is highlighted that the emergence of international conflicts has different causes and consequences, which lead to the formation of various problems, challenges, threats, trends and risks.

The relationship of international conflicts and the development of tourism in countries were considered. It was revealed that the intensification of the international conflict in the country, as a rule, on the one hand leads to the outflow of local residents from the region (an increase in the number of domestic tourists and emigrants), and on the other hand, to a decrease in the entry of international tourists and immigrants.

Practical implications. The article identifies six groups of factors of the influence of international conflicts on tourism: natural (due to military operations, technological disasters and the consequences of the operation of military equipment, a destructive impact on the environment is carried out, as a result of which the recreational attractiveness of landscapes, water and air resources is damaged); biological (due to anthropogenic and technogenic effects, harm is caused or death occurs in plant organisms, animals and people); technical (there is damage or destruction of industrial objects: houses, structures, roads, vehicles, communications and other objects); economic (as a result of inflation, force majeure, loss, theft, robbery or weaning, there is a loss of resources of tourists, travel companies and infrastructure companies working in the tourism industry); social (due to a significant discrepancy in communication, mental, cultural, ethical and other attitudes, social conflicts and destruction arise); managerial (due to the difference in worldview, religious values, ideology, regulatory framework, as well as the actions of public authorities).

Value/originality. Using the example of considering the historical dynamics of the development of conflicts and the tourism industry, the authors propose a classification of four groups of countries according to the impact of international conflicts on tourist activity. The first group is countries with a large influence of international conflicts on tourism (countries that actively participate in international conflicts and this significantly affects the number of tourist flows). The second group – countries with an average impact of international conflicts on tourism (countries that participate in international conflicts and this noticeably affects the number of tourist flows). The third group consists of countries with a small impact of international conflicts on tourism (countries that passively participate in international conflicts, but this only slightly affects the number of tourist flows). The fourth group includes countries not participating in international conflicts (all other countries that do not have any international conflicts on their territory and do not take part in them in other regions).

МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА У КЛЮЧОВИХ ТРЕНДАХ ЇЇ РОЗВИТКУ
INTERNATIONAL LOGISTICS IN KEY TRENDS IN ITS DEVELOPMENT

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-10

Хмелевський О.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницький національний університет

У статті аналізуються сучасні наукові позиції щодо змісту та характеристики дефініції «міжнародна логістика». Здійснено групування наявних визначень категорії «міжнародна логістика» за трьома напрямами: міжнародна логістика як управління міжнародним ланцюгом поставок; міжнародна логістика як оптимізація та управління потоками, які виходять за межі національних економічних систем; комплексне сприйняття міжнародної логістики. На цій основі розкрито особливості міжнародної логістики, складності щодо напрямів її піднесення, визначені формулою «4Д». Окреслено головні тенденції розвитку міжнародної логістики на сучасному етапі. Особливу увагу приділено глобалізації міжнародної логістики як визначального тренду її розвитку. Висвітлено взаємозв'язок та взаємовплив процесів глобалізації та міжнародної логістики, охарактеризовано вимоги здійснення подальшої глобалізації логістичних процесів, надано характеристику п'яти рівнів глобалізації в міжнародній логістиці та умов їх досягнення.

Ключові слова: *міжнародна логістика, глобалізація, ланцюг поставок, тенденції, розвиток.*

В статье анализируются современные научные позиции относительно содержания и характеристики дефиниции «международная логистика». Осуществлена группировка имеющихся определений категории «международная логистика» по трем направлениям: международная логистика как управление международной цепью поставок; международная логистика как оптимизация и управление потоками, которые выходят за пределы национальных экономических систем; комплексное восприятие международной логистики. На этой основе раскрыты особенности международной логистики, сложности по направлениям ее подъема, определенные формулой «4Д». Определены основные тенденции развития международной логистики на современном этапе. Особое внимание уделено глобализации международной логистики, определяющей тренд ее развития. Освещены взаимосвязь и взаимовлияние процессов глобализации и международной логистики, охарактеризованы требования осуществления дальнейшей глобализации логистических процессов, дана характеристика пяти уровней глобализации в международной логистике и условий их достижения.

Ключевые слова: *международная логистика, глобализация, цепь поставок, тенденции, развитие.*

Logistics solutions at the international level are aimed at optimization and effective functioning of logistics processes, which gives relevance to research on the nature of international logistics and current trends in its development. The trend towards globalization, which is clearly evident in the modern world, contributes to the intensive development of logistics systems. The purpose of this work is to deepen theoretical and methodological bases on the nature and features of international logistics as a basis for identifying key areas of its development. The article analyzes the current scientific positions on the content and characteristics of the definition of «international logistics». There are groupings of existing definitions of the category «international logistics» in three directions: international logistics as management of the international supply chain; international logistics as optimization and management of flows that go beyond national economic systems; integrated perception of international logistics. On this basis, the features of international logistics are revealed. The complexity of the directions of its elevation, defined by the formula «4D» is characterized. The main trends in the development of international logistics at the present stage are outlined. Particular attention is paid to the globalization of international logistics as a defining trend of its development. The interconnection and interplay of processes of globalization and international logistics are described, the requirements of further globalization of logistics processes are characterized, the five levels of globalization in international logistics are described and the conditions for their achievement. The proposed grouping of existing definitions of the category «international logistics» has a certain degree of novelty. This grouping is carried out in three directions: international logistics as an international supply chain management; international logistics as optimization and management of flows that go beyond national economic systems; integrated perception of international logistics. On the basis of the proposed grouping the main directions of development of international logistics are determined.

Key words: *international logistics, globalization, supply chain, trends, development.*

Постановка проблеми. Тенденція до глобалізації, яка чітко простежується в сучасному світі, сприяє інтенсивному розвитку логістичних систем. Сучасна міжнародна логістика безпосередньо пов'язана з управлінням міждержавними ланцюгами поставок, переміщеннями матеріальних і нематеріальних благ, які є основою міжнародної торгівлі та обміну, являючи собою складну, багатовимірну послідовність скоординованих інтеграційних процесів. Вирішення питань логістики на міжнародному рівні спрямоване на оптимізацію й ефективне функціонування логістичних процесів, що надає актуальності дослідженням сутності міжнародної логістики та сучасних тенденцій її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо сутності міжнародної логістики, її змістовних ознак розглядалося в роботах багатьох провідних учених-економістів: Д. Бауэрсокса, Д. Вордлоу, Д. Джонсона, М. Крістофера, Д. Ламберта, П. Ларсона, В. Лукинського, П. Мерфі, Я. Олійника, І. Смирнова, О. Тридіда, Н. Тюріної, К. Михайличенко, К. Шатрової, У. Юттнер, А. Харрісона, О. Яцюти та ін. Проте слід визнати, що досі відсутня узгодженість наукових поглядів щодо змісту поняття «міжнародна логістика» та в питаннях використання в практичній діяльності.

Постановка завдання. Метою дослідження є:

– поглиблення теоретичних та методологічних засад щодо сутності та особливостей міжнародної логістики на основі дослідження сучасних наукових позицій щодо змісту та характеристики її дефініцій;

– здійснення групування наявних визначень категорії «міжнародна логістика» як основи виявлення ключових напрямів її розвитку;

– окреслення головних тенденцій розвитку міжнародної логістики на сучасному етапі, приділивши основну увагу виділенню визначального тренду її розвитку;

– висвітлення взаємозв'язку та взаємовпливу процесів глобалізації та міжнародної логістики, охарактеризувавши вимоги здійснення подальшої глобалізації логістичних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потреба в дослідженні сутності поняття «міжнародна логістика», яке трактується різноманітними авторами у доволі широкому діапазоні відповідно до їхніх наукових інтересів, диктується необхідністю виявлення базових елементів указаної категорії, що уможливлює надання її всебічної характеристики та визначає тренди розвитку.

Поряд із цим відзначається розмитість поняття «міжнародна логістика» у категоріях [1, с. 265]:

– логістика зовнішньоекономічної діяльності, якою вважають науку про управління матеріальними і пов'язаними з ними документальними, фінансовими та іншими інформаційними потоками в рамках міжнародного обміну товарами з метою ефективного використання всіх видів ресурсів;

– експортно-імпортна логістика, яку в широкому сенсі визначають як організацію та забезпечення ефективного управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками з метою мінімізації операційних витрат за досягнення основних завдань зовнішньоторговельної угоди з використанням механізмів та інструментів глобальної та національної логістичних систем.

Щодо наведених дефініцій, слід погодитися з висловленою окремими авторами думкою про те, що за своїми змістовними характеристиками вони характеризують процеси, які можна визначити в рамках міжнародної та глобальної логістики й є лише описом окремих частин загальних понять [2].

Розглядаючи різноманітні визначення міжнародної логістики, привертає увагу, що в усіх них незаперечною особливістю є той факт, що виробник і споживач товару знаходяться в різних державах, завдяки чому процес доставки товарів споживачеві включає у себе подолання державних кордонів і митниць. Разом із тим наявні визначення категорії «міжнародна логістика» піддаються групуванню переважно за трьома напрямами, основою яких у відповідних ракурсах є: міжнародна логістика як управління міжнародним ланцюгом поставок; міжнародна логістика як оптимізація та управління потоками, які виходять за межі національних економічних систем; комплексне сприйняття міжнародної логістики.

Перша група визначень категорії «міжнародна логістика», якій надаємо умовну назву «міжнародна логістика як управління міжнародним ланцюгом поставок», опирається на основну різницю в термінах «логістика» і «міжнародна логістика», вказану П.Б. Шері і Т.С. Ларсоном [3]. Автори підкреслюють, що остання є сукупністю рішень у всіх пунктах міжнародного ланцюга поставок, що створює основу для здійснення діяльності у центрі прийняття рішень у глобальному масштабі. Характерно, що майже будь-яке визначення міжнародної логістики цієї групи включає у себе, в явній або неявній формі, той факт, що міжнародна логістика допомагає інтегрувати різні частини різних ланцюгів поставок по всьому світу. Привертає увагу, що йдеться про міжнародний ланцюг поставок, щодо якого міжнародною логістикою формується сукупність рішень у глобальному масштабі.

У другій групі визначень міжнародної логістики акцент здійснюється на управлінні та оптимізації потоків, які виходять за межі національних економічних систем, не ототожнюючись із ланцюгами поставок. Найбільш показовим в указаній групі визначень міжнародної логістики за умовною назвою «міжнародна логістика як оптимізація та управління потоками, які виходять за межі національних економічних систем» є дефініція, надана групою вітчизняних авторів на чолі з О. Тридідом, за якою «…міжнародна логістика є функціональною сферою логістики, спрямованою на оптимізацію товаропотоків, які виходять за межі національних економічних систем» [4]. Надалі зазначені вчені розкривають наповненість потоків, напрями їх оптимізації та управління ними у завданнях міжнародної логістики на сучасному етапі, підкреслюючи, що йдеться про [4]: оптимізацію руху матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, які виходять за межі національних економічних систем; забезпечення ефективного формування та функціонування міжнародних логістичних систем, асоціацій чи союзів; підвищення якості логістичного сервісу, у тому числі транспортно-експедиційного обслуговування; розвиток інтеграційних процесів в економіці; підвищення конкурентоспроможності продукції національних виробників на міжнародному ринку за рахунок зниження логістичних витрат.

П'єр А. Девід та Річард Д. Стюарт [5] відзначають, що «міжнародна логістика – це менеджмент потоку товарів та послуг між місцем походження та місцем споживання для зустрічі з потребами користувачів у разі, коли йдеться про поставки між суб'єктами різних країн чи під час перетину національних кордонів».

Не можна оминути позицію авторів на чолі з Н. Тюріною, які зазначають, що міжнародну логістику, яка є особливою сферою логістики й охоплює логістичну діяльність підприємств та організації, що виконується на міжнародному рівні, можна визначити як науку про управління потоками (матеріальними, фінансовими, інформаційними, сервісними та ін.), що перетинають національні кордони [6, с. 326]. Характерним тут є визнання міжнародної логістики наукою про управління

потоками, які перетинають національні кордони. Міжнародна логістика визначається як знання з організації й управління системою матеріальних, інформаційних, фінансових, сервісних потоків міжнародної фірми і в дефініціях інших авторів [7; 8].

Окремі визначення міжнародної логістики поширюють її функції на планування та контроль. Так, у Сучасному термінологічному словнику дано таке тлумачення поняття «міжнародна логістика (логістика в міжнародному бізнесі): це планування, організація, контроль і управління рухом потоків (матеріальних, фінансових, інформаційних та ін.), які перетинають національні кордони, від точки їх виникнення до кінцевого споживача в просторі і в часі» [9]. Рада США Професіоналів управління ланцюгами поставок (Council of Supply Chain Management Professionals) приводить визначення міжнародної логістики як «процес планування, імплементації, та контролювання фізичними та інформаційними потоками, пов'язаними з матеріалами та готовими виробами з точки походження до точки використання».

Відповідно, у третій групі формулювань категорії «міжнародна логістика», якій надаємо умовну назву «комплексне сприйняття міжнародної логістики», авторами здійснюється спроба поєднання їх вище розглянутих атестацій. Як ілюстрацію визначень цієї групи відзначимо, що Ж.М. Банзекуливахо вважає, що «міжнародна логістика – це стратегічне управління міжнародним ланцюгом поставок, що розуміється як об'єднання логістичної діяльності організацій – ланок ланцюга поставок, а саме операційної, фінансової та маркетингової функцій і контролю над матеріальним потоком товарів, грошових коштів та інформації через кордони і над межами різних держав» [10].

Аналізуючи зазначене, слід звернути увагу на такі основоположні моменти, що характеризують міжнародну логістику: вона об'єктивно є функціональним складником логістики; особливості міжнародної логістики напряму зумовлені процесами транскордонного руху матеріальних, фінансових та інформаційних потоків; міжнародна логістика призводить до виникнення міжнародних логістичних систем, асоціацій, союзів.

Особливості та складності міжнародної логістики щодо напрямів її розвитку визначають формулою під назвою «4Д»: дальність перевезень, документація, диференціація культур, диктат споживчого попиту [11]. На світовому ринку відстані більші, документація різноманітніша, а вимоги споживачів до продуктів і послуг, визначені культурними особливостями окремих країн і регіонів, дуже відрізняються. Тому завданням логістичного управління на міжнародному рівні є розроблення стратегії та тактики, що відповідають умовам «4Д».

Основними тенденціями у сфері міжнародної логістики є [12; 13]:

– зміна системи виробництва: від виробництва для складу (Make-to-Stock) до виробництва за замовленням (Make-to-Order). Для менеджерів виробничих підприємств, що працюють у всьому світі, основним завданням є оволодіння виробництвом продукту відповідно до індивідуальних вимог клієнтів;

– зміна дистрибуції товарів. На цьому рівні відбувається узгодження традиційної структури продавців із прямим збутом через логістичне підприємство;

– злиття й консолідація торгівлі та постачальників. Логістика відіграє важливу роль у реалізації потенційного синергетичного ефекту у сфері закупівель, постачання, надходження товарів, дистрибуції або електронної логістики;

– кількісні тенденції, а саме зниження кількості постачальників. Три чверті міжнародних підприємств мають намір скоротити кількість своїх постачальників у найближчі п'ять років. Під час збуту актуальним залишається скорочення термінів постачання;

– вплив електронного бізнесу на логістику. Бізнес-процеси в межах концепції B2C припускають автоматизацію більш інтенсивного постачання, тому що очікування клієнтів щодо скорочення строків постачання більш високі, ніж за звичайних методів здійснення замовлень.

Можна виділити низку характерних тенденцій розвитку на міжнародному ринку логістичних послуг, де мають місце [14]:

1) активні процеси глобалізації логістичних компаній за рахунок злиттів і поглинань та консолідації їхнього бізнесу. У результаті спостерігається посилення позицій компаній із розвиненою логістичною мережею, що представляють комплекс послуг і широку географію інтернаціоналізації бізнесу;

2) зростання ролі інформаційних технологій у діяльності підприємств, зокрема надійних телекомунікаційних систем і програмного забезпечення, автоматизації ланок логістичного ланцюжка [15];

3) формування фірмових логістичних мереж і міжнародних центрів логістики, що створюються найбільшими корпораціями для підвищення ефективності логістичних функцій [16].

Разом із тим процеси глобалізації та пов'язані із цим зміни у логістиці дають підстави окремим вченим охарактеризувати сучасний етап розвитку логістики саме як «глобальний» [17 с. 9–10; 18], і саме глобалізація міжнародної логістики є одним із ключових трендів її розвитку.

Доказами слугують твердження авторів, що досліджують вказану проблематику:

1. Міжнародна логістика, яка є інституційним базисом глобальної логістики, стала одним із ключових чинників розвитку глобалізації світової економіки, оскільки через розвиток міжнародної логістичної інфраструктури вона уможливила доступ

до джерел усіх видів ресурсів та поєднала географічно роз'єднані ринки постачань, ринки робочої сили та ринки споживання. Виконавши таку стимулюючу функцію, міжнародна логістика, з огляду на формування глобальних ринків, природно трансформується у глобальну [19].

2. Глобальний характер логістики світового господарства визначається як на національному, так і на міжнародному рівні, і саме це дає змогу виділити її універсальну функцію регулювання умовно ізольованих один від одного матеріальних потоків на глобальному, міжнародному та національному рівнях [19].

3. Розвиток глобальної логістики зумовлений впливом таких чинників, як [20]: зростання світової економіки; експансія нових технологій; розвиток та інтеграція макрорегіональних господарських структур; нові можливості для формування глобальних логістичних ланцюгів (каналів); реалізація процедур перерегулювання, що проводяться багатьма країнами для прискорення і здешевлення просування матеріальних потоків.

4. Глобальна логістика характеризується прагненням сприяти (шляхом надання відповідного теоретичного і прикладного інструментарію) трансформації національного підприємництва на його шляху від концентрації і спеціалізації в економіці окремих країн до інтеграції у світове ринкове господарство. Саме глобальні логістичні підходи уможливлюють знаходження ефективних шляхів і форм руху матеріальних ресурсів на світовому ринку, а також забезпечують глибоку інтеграцію економіки держави у систему світогосподарських зв'язків [21].

5. Усе більшого вжитку набуває дефініція «глобальна логістика». Більше того, у середньостроковому тренді можна прогнозувати, що більшість учених буде досліджувати саме це поняття, а не «міжнародна логістика». Такі процеси є прямим результатом впливу тенденцій сучасної економіки, в яких глобалізаційний складник, безперечно, домінує та буде продовжувати домінувати [2].

6. Головні відмінності міжнародної та глобальної логістики від національної у більшості випадків співпадають (табл. 1).

Загалом міжнародна логістика стала стимулом глобалізації, а глобалізація міжнародної логістики покликана інституційно впорядкувати процеси глобального виробництва, розподілу та споживання, забезпечення процесів регулювання матеріальних потоків світового господарства з метою гармонізації глобальних ланцюгів поставок та усунення негативних наслідків глобалізації у частині неефективного використання природних ресурсів та попередження екологічних загроз і регулювання глобального споживання ресурсів.

Подальша глобалізація логістичних процесів потребує [22, с. 224; 23]: зниження логістичних витрат та поліпшення логістичного сервісу; збільшення обсягів продажу шляхом освоєння нових регіональних ринків державних закупівель; появи міжнародних логістичних посередників із розвинутою глобальною інфраструктурою; подальшого розвитку процесів міжнародної торгівлі; дерегулювання транспортних перевезень; зменшення екологічного навантаження та впровадження інновацій в інфраструктури глобальних логістичних мереж.

Таблиця 1

Головні відмінності міжнародної та глобальної логістики від національної

Відмінності	Міжнародна логістика [12]	Глобальна логістика [21]
Більші обсяги замовлень у міжнародній торгівлі, що дає змогу компенсувати більш високі витрати на перевезення	+	+
Виконання поставок здійснюється у більш тривалий час	+	-
Більший ступінь невизначеності, більш широкі коливання попиту міжнародних ринків і вища значущість кожного з них	+	+
У більшості організацій не такий великий досвід роботи у сфері міжнародної логістики, як у національній	+	+
Більш тривалі й ненадійні строки транспортування	+	-
Наявність на ринку міжнародної логістики більшого числа посередників – вантажних експедиторів і митних агентів	+	+
Ускладнення установлення тісних відносин із кінцевими споживачами через наявність посередників і більші відстані	+	+
Консолідація більш складна й пункти розподілу більш численні	+	-
Комунікації більш важкі через більші відстані й відмінності в культурі	+	+
Умови торгівлі змінюються, іноді можуть стати взагалі незнайомими	+	+
Фінансові угоди можуть бути менш певними	+	+
Ширший діапазон режимів вантажоперевезень і розцінок на доставку	+	-
Більш складна документація	+	+
Всього відмінностей	13	9

Джерело: складено на основі [12; 21]

Водночас слід прийняти до уваги, що в процесі еволюції компаній від організацій, що спираються на логістичні операції в рамках національної економіки, до компаній світового рівня прийнято виділяти п'ять рівнів глобалізації в міжнародній логістиці [23]:

1) збереження дистанції – компанія не має великого досвіду в міжнародних угодах, продає товари (або передає їх для доставки споживачам) фахівцю з міжнародних операцій, який приймає на себе відповідальність за збір і виконання замовлень, організацію міжнародного транспортування, ведення документації, координацію маркетингу, управління запасами, виставлення рахунків, післяпродажне обслуговування;

2) самостійний експорт – компанія накопичує досвід у транспортуванні і веденні документації, однак продовжує користуватися послугами місцевого дистриб'ютора, який забезпечує маркетингові заходи, управління запасами, розрахунки, післяпродажне обслуговування;

3) самостійні закордонні операції – місцеві підприємства займаються розвитком зарубіжних операцій компанії (маркетинг, продажі, виробництво, розподіл), використовують методи роботи працівників материнської компанії, завдяки чому перші кроки підприємств на ринках відображають образ дій, прийнятий у країні походження;

4) прискорення бізнесу – використання компанією місцевих менеджерів, маркетингових та торгових організацій, місцевих бізнес-систем, завдяки чому у міру вкорінення бізнесу на тому чи іншому ринку в управління ним проникає господарська філософія країни перебування, але все ж провідну роль продовжує грати вихідна філософія країни походження;

5) денаціоналізація бізнесу – компанія охороняє закордонні підприємства в окремих країнах, створюючи регіональні штаб-квартири для координації всіх операцій в тій чи іншій географічній зоні, завдяки чому перетворюється на «підприємство без громадянства» у тому сенсі, що відмовляється від диктату єдиної господарської політики, прийнятої в країні походження; вище керівництво найчастіше має змішаний національний склад; у денаціоналізованих операціях використовуються місцеві маркетингові та торговельні організації і, як правило, спираються на виробничі і логістичні операції світового рівня.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, підтверджено судження щодо визначення сучасного етапу розвитку логістики як глобального, і саме глобалізація міжнародної логістики є центральним трендом в її розвитку. Глобалізація як напрям якісних змін поширюється на сприймання міжнародної логістики як управління міжнародним ланцюгом поставок і як оптимізації й управління потоками, які виходять за межі національних економічних систем, забезпечуючи комплексне сприйняття міжнародної логістики в теоретичних дослідженнях та у спрямуванні практичної діяльності компаній.

Подальші перспективи дослідження потребують вивчення цифрових логістичних трендів за впливом на міжнародну логістику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Холод Б., Зборовська О. Глобалізація як фактор впливу на процеси логістичного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. *Європейський вектор економічного розвитку.* 2014. № 2(17). С. 261–270.

2. Стеценко І. До питання сутності сучасної міжнародної логістики. *Ринок цінних паперів України.* 2016. № 7–8. С. 53–57.

3. Зорина Т.Г., Слонимская М.А. Международная логистика. Минск : БГЭУ, 2012. 244 с.

4. Тридід О.М. Логістика. Київ : Знання, 2008. 567 с.

5. Pierre A. David. International Logistics: The Management of International Trade. 2015. 23 p.

6. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 392 с.

7. *Лебединська* О.І. Особливості міжнародної логістики в умовах глобалізації. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки».* 2017. № 3. С. 195–201.

8. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. Київ : Обрії, 2011. 544 с.

9. Логистика: терминологический словарь-справочник / сост. С.В. Бондарь и др. Минск : МИТСО, 2012. 299 с.

10. Банзекуливахо Ж.М. Международная логистика. Полоцк, 2014. 124 с.

11. Ковалев М.Н. Моделирование цепей поставок в промышленности. *Вестник Гомельского государственного технологического университета им. П.О. Сухого*. 2014. № 1(56). С. 117–124.

12. Харрісон А. Управління логістикою: розробка стратегій логістичних операцій. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2012. 368 с.

13. Шевченко І.В. Світовий досвід ефективного здійснення логістичних процесів на підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. Вип. 16. С. 520–524.

14. Маковецкая О.Г. Международная логистика: современные тенденции развития. *Таможенное дело и ВЭД* : сборник докладов участников СНИЛ «Теория и практика таможенного дела и внешнеэкономической деятельности». Вып. 1. Минск : БГУ, 2013. 261 с.

15. Innovation: Innovation Center. URL : http://www.dhl.com/en/about_us/innovation.html (дата звернення: 02.11.2019).

16. Сморчков И. Основные тренды в становлении рынка логистических услуг. *Логинфо* : журнал о логистике в бизнесе. URL: http://loginfo.ru/issue/108/1142 (дата звернення: 02.10.2019).

17. Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления. Таганрог : ТРТУ, 2005. 21 с.

18. Хвищун Н. Сутність поняття «логістика»: ретроспективний аналіз. *Ефективна економіка*.

2012. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1567 (дата звернення: 22.10.2019).

19. Сивак Р.Б. Глобальна логістика у забезпеченні сталого розвитку світового господарства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2015. Вип. 13. С. 26–29.

20. Bowersox D.J., Closs D.J. Logistical Management. The integrated Supply Chain Process. The McGRAW-HILL Companies inc. New York, 1996.

21. Васильців Н.М. Передумови та тенденції розвитку глобальної логістики. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2010. № 669. С. 267–275

22. Современная логистика / Джеймс С. Джонсон и др. ; пер. с англ. Москва : Вильямс, 2005. 616 с.

23. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок. Москва : Олимп-Бизнес, 2010. 635 с.

REFERENCES:

1. Kholod B., Zborovsjka O. (2014) Ghlobalizacija jak faktor vplyvu na procesy loghistychnogho upravlinnja zovnishnjoekonomichnoju dijaljnistju pidpryjemstv [Globalization as a factor influencing the processes of logistical management of foreign economic activity of enterprises]. *Jevropejsjkyj vektor ekonomichnogho rozvytku*, no 2(17), pp. 261–270.

2. Stecenko I. (2016) Do pytannja sutnosti suchasnoji mizhnarodnoji loghistyky [To the question of the essence of modern international logistics]. *Rynok cinnykh paperiv Ukrajiny*, no 7-8, pp. 53–57.

3. Zorina T.G., Slonimskaya M.A. (2012) Mezhdunarodnaya logistika [International logistics]. Minsk: BGEU, 244 p. (in Russian)

4. Trydid O.M. (2008) Loghistyka [Logistics]. K.: Znannja, 567 p. (in Ukrainian)

5. Pierre A. David. (2015) International Logistics: The Management of International Trade. 23 p.

6. Tjurina N.M., Ghoj I.V., Babij I.V. (2015) Loghistyka [Logistics]. K.: Centr uchbovoji literatury, 392 p. (in Ukrainian)

7. Lebedynsjka O.I. (2017) Osoblyvosti mizhnarodnoji loghistyky v umovakh ghlobalizaciji [Features of international logistics in the context of globalization] *Visnyk KhNAU. Serija: Ekonomichni nauky*, no 3, pp. 195–201.

8. Olijnyk Ja.B., Smyrnov I.Gh. (2011) Mizhnarodna loghistyka [International logistics]. K.: Obriji, 544 p. (in Ukrainian)

9. Logistika: terminologicheskiy slovar-spravochnik [Logistics: terminology dictionary] (2012) [sost.: S.V. Bondar' i dr.]. Minsk: MITSO, 299 p. (in Russian)

10. Banzekulivakho Zh.M. (2014) Mezhdunarodnaya logistika [International logistics]. Polotsk. gos.un-t. Polotsk, 124 p. (in Russian)

11. Kovalev M.N. (2014) Modelirovanie tsepey postavok v promyshlennosti [Industrial Supply Chain Modeling]. *Vestn Gomel'skogo gos. tekhn. un-ta im. P.O. Sukhogo,* no 1(56), pp. 117–124.

12. Kharrison A. (2012) Upravlinnja loghistykoju: rozrobka strateghij loghistychnykh operacij [Logistics Management: Developing Strategies for Logistics Operations]. Dnipropetrovsjk: Balans Biznes Buks, 368 p. (in Ukrainian)

13. Shevchenko I.V. (2017) Svitovyj dosvid efektyvnogho zdijsnennja loghistychnykh procesiv na pidpryjemstvakh [Worldwide experience of efficient implementation of logistics processes at enterprises]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky.* Vypusk 16, pp. 520–524.

14. Makovetskaya O.G. (2013) Mezhdunarodnaya logistika: sovremennye tendentsii razvitiya [International Logistics: Current Trends]. *Tamozhennoe delo i VED: sbornik dokladov uchastnikov SNIL «Teoriya i praktika tamozhennogo dela i vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti»*. Vyp. 1. Minsk: BGU, 261 p.

15. Innovation: Innovation Center [Electronic resource] DHL Mode of access. URL: http://www.dhl.com/en/about_us/innovation.html (accessed 22 October 2019).

16. Smorchkov I. Osnovnye trendy v stanovlenii rynka logisticheskikh uslug [The main trends in the development of the logistics services market]. *Loginfo: zhurnal o logistike v biznese.* URL: http://loginfo.ru/issue/108/1142 (accessed 2 October 2019).

17. Alesinskaya T.V. (2005) Osnovy logistiki. Obshchie voprosy logisticheskogo upravleniya [The basics of logistics. General issues of logistic management]. Taganrog: Izd-vo TRTU, 21 p. (in Ukrainian)

18. Khvyshhun N. (2012) Sutnistj ponjattja «loghistyka»: retrospektyvnyj analiz [The essence of the concept of "logistics": a retrospective analysis]. *Efektyvna ekonomika,* no 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1567 (accessed 22 October 2019).

19. Syvak R.B. (2015) Ghlobaljna loghistyka u zabezpechenni stalogho rozvytku svitovogho ghospodarstva [Preconditions and tendencies of development of global logistics]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu. Serija: Ekonomika i menedzhment*. Vyp. 13, pp. 26–29.

20. Bowersox D.J. Closs D.J. (1996) Logistical Management. The integrated Supply Chain Process. The McGRAW-HILL Companies inc. New York.

21. Vasyljciv N.M. (2010) Peredumovy ta tendenciji rozvytku ghlobaljnoji loghistyky [Preconditions and tendencies of development of global logistics]. *Visnyk NU «Ljvivsjka politekhnika»,* no. 669, pp. 267–275.

22. Dzheyms S. Dzhonson, Donal'd F. Vud, Deniel L. Vordlou, Pol' R. Merfi-ml. (2005) Sovremennaya logistika [Modern Logistics] : per. s angl. M.: Vil'yams, 616 p. (in Russian)

23. Bauersoks Donald Dzh., Kloss Deyvid Dzh. (2010) Logistika. Integrirovannaya tsep' postavok [Logistics. Integrated supply chain]. Moskva: Olimp-Biznes, 635 p. (in Russian)

Khmelevskiy Oleg
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economic Relations
Khmelnytsky National University

INTERNATIONAL LOGISTICS IN KEY TRENDS IN ITS DEVELOPMENT

Purpose of the article. The purpose of this work is to deepen theoretical and methodological bases on the nature and features of international logistics as a basis for identifying key areas of its development. Logistics solutions at the international level are aimed at optimization and effective functioning of logistics processes, which gives relevance to research on the nature of international logistics and current trends in its development. The trend towards globalization, which is clearly evident in the modern world, contributes to the intensive development of logistics systems.

Research Methodology. On the basis of the method of generalization the essence of the category «international logistics» is investigated. The decomposition method was used to group the existing definitions of the International Logistics category into three areas: International Logistics as an International Supply Chain Management; international logistics as optimization and management of flows that go beyond national economic systems; integrated perception of international logistics. With the help of a systematic approach, the key directions of the international logistics development are identified, the allocation of globalization as the main trend of the international logistics development is substantiated.

Results. The article analyzes the current scientific positions on the content and characteristics of the definition of «international logistics». There are groupings of existing definitions of the category «international logistics» in three directions: international logistics as management of the international supply chain; international logistics as optimization and management of flows that go beyond national economic systems; integrated perception of international logistics. On this basis, the features of international logistics are revealed. The complexity of the directions of its elevation, defined by the formula «4D» is characterized. The main trends in the development of international logistics at the present stage are outlined. Particular attention is paid to the globalization of international logistics as a defining trend of its development. The interconnection and interplay of processes of globalization and international logistics are described, the requirements of further globalization of logistics processes are characterized, the five levels of globalization in international logistics are described and the conditions for their achievement.

Novelty. The proposed grouping of existing definitions of the category «international logistics» has a certain degree of novelty. This grouping is carried out in three directions: international logistics as an international supply chain management; international logistics as optimization and management of flows that go beyond national economic systems; integrated perception of international logistics. On the basis of the proposed grouping the main directions of development of international logistics are determined.

The practical significance. The practical solution of international logistics is aimed at optimization and efficient functioning of logistics processes of enterprises engaged in foreign economic activity. The focus on globalization drives enterprises to complete five levels of globalization in international logistics.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

БЮДЖЕТНО-ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ, РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

BUDGETARY-FINANCIAL DECENTRALISATION IN UKRAINE: TRENDS, RISKS AND PROSPECTS

УДК 336.1:352
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-11

Барна М.Ю.
д.е.н., професор, перший проректор
Львівський торговельно-економічний університет

У статті розглянуто тенденції розвитку бюджетно-фінансової децентралізації в Україні. Показано особливості бюджетної децентралізації, зокрема щодо бюджетного та податкового законодавства, формуванні дохідної бази місцевих бюджетів. Відображені нормативи зарахування основних податкових надходжень до державного та місцевих бюджетів України. Надано характеристику методики формування обсягів та структури міжбюджетних трансфертів, що надаються місцевим бюджетам, які мають взаємовідносини з державним бюджетом. Висвітлено досвід Польщі та Франції щодо формування міжбюджетних трансфертів. Ідентифіковані суттєві недоліки чинної в Україні системи міжбюджетних відносин. Зроблено висновок, що формування ефективної системи місцевого самоврядування потребує бюджетно-фінансової децентралізації. Визначені напрями державної політики підвищення ефективності бюджетно-фінансової децентралізації в Україні.

Ключові слова: *децентралізація, бюджетна та фінансова політика, бюджети, податки, міжбюджетні трансферти, субвенції, державна політика.*

В статье рассматриваются тенденции развития бюджетно-финансовой децентрализации в Украине. Показаны особенности децентрализации бюджета, в частности в отношении бюджетного и налогового законодательства, формирования доходной базы местных бюджетов. Отражены стандарты зачисления основных налоговых поступлений в государственный и местный бюджеты Украины. Приведены методы формирования объемов и структуры межбюджетных трансфертов, которые предоставляются в местные бюджеты и имеют отношения с государственным бюджетом. Показан опыт Польши и Франции по формированию межправительственных трансфертов. Выявлены существенные недостатки в системе межправительственных отношений Украины. Сделан вывод о том, что формирование эффективной системы местного самоуправления требует бюджетно-финансовой децентрализации. Определены направления государственной политики повышения эффективности бюджетной и финансовой децентрализации в Украине.

Ключевые слова: *децентрализация, бюджетная и финансовая политика, бюджеты, налоги, межбюджетные трансферты, субвенции, государственная политика.*

The article considers trends in development of budget-financial decentralization in Ukraine. Features of the budget decentralization, in particular regarding the budget and tax legislation, forming the revenue base of local budgets. It is established that the formation of an effective system of local self-government in Ukraine requires decentralization of power. Budget decentralization processes started in 2014 provided new opportunities for local self-government to form independent local budgets and direct intergovernmental budgets for the united communities, expand the tax base, move from the system of local budgets "by expenditure" to the system of "income" equalization, new conditions for stimulating local governments to ensure economic development. The standards of crediting the main tax revenues to the state and local budgets of Ukraine are reflected. Description of methods of formation of volumes and structure of intergovernmental transfers, which are provided to local budgets, which have relations with the State budget, is given. Previously documented experience of Poland and France on the formation of intergovernmental transfers. There were identified shortcomings of the structure of expenditures of the State and local budgets of Ukraine, which formed due to absence of real reforms and several waves of election populist decisions. Significant shortcomings in Ukraine current the system of intergovernmental relations are identified. It is concluded that the formation of an effective local government system requires decentralization of power and fiscal decentralization. The directions of the State policy on improving the efficiency of budgetary and financial decentralization in Ukraine are defined. The promising directions of the state policy of improving the process of fiscal decentralization in Ukraine are defined: creation of basic prerequisites for successful implementation of decentralization; enhancing the motivation of local communities to use local resources and their own resources effectively; eliminate the shortcomings of the existing system of intergovernmental transfers, which violate the fairness of the financial equalization and do not play a stimulating role for development.

Key words: *decentralization, budget and financial policy, budgets, taxes, interbudgetary transfers, subvention, government policy.*

Постановка проблеми. Адміністративно-фінансова децентралізація, яка відбувається в Україні впродовж останніх років та визнана однією з найбільш успішних реформ для розвитку соціально-економічної системи країни. Звичайно, не усі результати першого етапу бюджетно-фінансової децентралізації в Україні можна визнати однозначно позитивними. Відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» почалося створення територіальних громад і передача повноважень та ресурсів органам місцевого самоврядування. На початок 2020 р. вже утворено близько 1000 об'єднаних територіальних громад. Законом України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» було розпочато бюджетну децентралізацію через механізм переходу бюджетів об'єднаних громад на прямі

міжбюджетні відносини з державними бюджетом. На початок 2020 р. прямі міжбюджетні відносини мали близько 900 бюджетів ОТГ.

Водночас, в процесі бюджетно-фінансової децентралізації в Україні виникає все більше проблемних аспектів, пов'язаних із якістю, ефективністю та справедливістю як в цілому, так і окремих аспектів бюджетно-фінансової децентралізації, що відбувається на нинішньому етапі розвитку країни. Ці проблеми потребують ретельного вивчення та прийняття рішень в межах державної політики, орієнтованих як на підвищення ефективності децентралізації системи управління країною в цілому, так і раціонального та якісного розподілу і використання бюджетного ресурсу країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками в Україні з'явилося багато досліджень, в яких розкриваються проблеми децентралізації та зокрема бюджетно-фінансової децентралізації. Так, позитивні практики та недоліки децентралізації в Україні вивчаються О. Власюком [2], С. Романюком [6]. Питанням імплементації в Україні зарубіжного досвіду децентралізації присвячені публікації Б. Данилишина та В. Пилипіва [3], Н. Слободянюк та М. Коніної [7].

Позитивні сторони та проблемні аспекти фінансової децентралізації є предметом досліджень Т. Васильціва та О. Гудзоватої [1], Я. Казюка [4]. Ухил в бік бюджетних аспектів децентралізації простежується у працях Ю. Набатової та Т. Ус [5]. Перспективи та ризики зміцнення фінансової спроможності територіальних громад в Україні у контексті адміністративно-територіальної реформи вивчаються І. Сторонянською та Л. Беновською [8].

Разом із тим, процеси бюджетно-фінансової децентралізації в Україні розвиваються безпосередньо сьогодні, створюючи додаткові проблеми, ризики та загрози, що потребують свого регулювання в межах сучасної державної макроекономічної та бюджетно-фінансової політики, а, відтак, і потребують нових підходів з державного управління та регулювання зазначених процесів і відносин.

Постановка завдання. Метою стаття є характеристика сучасних тенденцій щодо бюджетно-фінансової децентралізації в Україні, виявлення її проблемних аспектів, а також окреслення шляхів державної політики підвищення її ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заходи з бюджетно-фінансової децентралізації позитивно вплинули на фінансову спроможність місцевих бюджетів ОТГ. Так, за 2014-2018 рр. власні доходи загального фонду місцевих бюджетів зросли з 68,6 до 234,1 млрд грн та за прогнозом на 2019 р. очікується приріст ще в обсязі 32,9 млрд грн (на 14%).

Водночас фінансова самостійність місцевого самоврядування визначається не стільки обсягом фінансових ресурсів, скільки чинниками їх збільшення. Децентралізація створює можливості для ефективної системи управління на місцевому рівні та підвищення якості публічних послуг, однак, вона має й істотні загрози, пов'язані з підвищенням дисбалансів розвитку територіальних громад, коли «багаті громади стають багатшими, а бідні – біднішими».

За період з початку бюджетної децентралізації новації бюджетного та податкового законодавства базувались, в основному, на формуванні дохідної бази місцевих бюджетів: встановлено норматив відрахування податку на прибуток підприємств приватної форми власності (10% для обласних бюджетів); зменшено норматив відрахування в місцеві бюджети податків та зборів з фізичних осіб з 100% до 75% (15% в обласні бюджети, 60% в бюджети районів, міст обласного значення та ОТГ); встановлено норматив відрахувань з рентної плати за користування надрами загальнодержавного значення для видобування нафти, природного газу (5%) та видобування інших копалин (25%); встановлено норматив відрахувань з акцизного податку з виробленого чи ввезеного на територію України пального (13,44%), запроваджено акцизний податок з реалізації в роздрібній торгівлі (5% від вартості); віднесено до місцевих податків податок на майно, єдиний податок, інші відрахування.

Обсяги міжбюджетних трансфертів щорічно затверджуються законом про державний бюджет і надаються місцевим бюджетам, які мають взаємовідносини з державним бюджетом. З 2015 року діє нова система міжбюджетних трансфертів, яка змінила підходи до бюджетного вирівнювання. Відбувся перехід від системи вирівнювання місцевих бюджетів «за видатками» до системи вирівнювання "за доходами" (залежно від рівня надходжень на одного жителя). Частка всіх трансфертів з початку бюджетної децентралізації знаходиться на рівні 55-60% доходів місцевих бюджетів, що є дещо вище від аналогічних показників подібних за розмірами території, кількістю населення та структурою державної влади країн (48-50% в Польщі та у Франції).

Структура видатків державного та місцевих бюджетів України в останні роки склалась внаслідок відсутності реальних реформ та кількох хвиль передвиборчих популістичних рішень: надмірна частка витрат на житлово-комунальні субсидії, які отримують 65% сімей (при 3-5% в сусідніх європейських країнах); виплати соціальної допомоги без перевірки на нужденність (пільгові перевезення пасажирів, виплати на дітей, пільги на житлово-комунальні послуги, інші); обслуговування державного боргу, що становив 2,1 трлн грн на початок 2018 року; покриття постійно зростаючого дефіциту бюджету Пенсійного фонду (власні надходження ПФУ в 2018 році плануються в сумі 206,5 млрд грн при видатках 345,8 млрд грн).

В результаті переобтяження бюджетів соціальними зобов'язаннями, необхідністю обслуго-

вувати державний борг та об'єктивно високою часткою видатків на національну безпеку та оборону в Україні витрачається дуже мало коштів на організацію послуг від держави та фінансування програм розвитку. Високий рівень концентрації фінансових ресурсів у державному бюджеті і, відповідно, значна залежність місцевих бюджетів від державного, свідчить про недосконалість розподілу дохідно-видаткових повноважень між рівнями управління і системи міжбюджетних відносин. Надмірна передача на місцевий рівень додаткових повноважень та невластивих органам місцевого самоврядування функцій суттєво обтяжує місцеві бюджети додатковими витратами.

В результаті основним інструментом фінансового розподілу та вагомим джерелом формування доходів місцевих бюджетів стали субвенції з державного бюджету, що надаються на певну мету та мають використовуватися в порядку, визначеному органом, який прийняв рішення про їх надання – їх частка в загальному обсязі трансфертів зросла з 48% в 2013 році до 91% в 2018 році. Надмірне використання субвенцій дестимулює органи місцевого самоврядування до пошуку власних джерел доходів місцевих бюджетів та ставить місцеву владу в пряму залежність від центральних органів державного управління.

Іншими суттєвими недоліками чинної в Україні системи міжбюджетних відносин залишаються:

а) неузгодженість та дублювання повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування, що є наслідком здійснюваного реформування міжбюджетних відносин при відсутності до цього часу чіткого розподілу повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування. Створення ефективної багаторівневої бюджетної системи потребує насамперед визначення функцій та повноважень різних рівнів влади в Україні і лише потім - розподіл дохідних джерел між відповідними бюджетами.

Результатом такої неузгодженості стала практика щорічних змін в порядку розмежування як доходів, так і видатків місцевих бюджетів, що ускладнює для них можливість хоча б середньострокового планування показників та посилює розбалансованість місцевих бюджетів.

З іншої сторони, до розбалансування місцевих бюджетів призводить встановлення на державному рівні пільг з сплати місцевих податків. Так, в кінці 2017 року змінами до Податкового кодексу України для земель залізниць в межах смуг відведення та гірничодобувних підприємств для розробки родовищ та видобування корисних копалин встановлена ставка у розмірі 25% податку на землю, що суттєво зменшило надходження місцевих бюджетів від плати за землю;

б) недоліки системи формування власних доходів місцевих бюджетів, які зменшують можливість отримання в повному обсязі доходів місцевих бюджетів та досягнення реальної бюджетної самодостатності;

в) недоліки системи міжбюджетних трансфертів порушують справедливість фінансового вирівнювання та не відіграють стимулюючої ролі для розвитку.

Таким чином, формування ефективної системи місцевого самоврядування потребує децентралізації влади та бюджетно-фінансової децентралізації. Розпочаті процеси бюджетно-фінансової децентралізації надали нові можливості місцевому самоврядуванню.

Проте, здійснені кроки наразі не вирізняються системністю. Є підстави стверджувати, що й нормативно-правове забезпечення реформи децентралізації державного управління, в тому числі бюджетно-фінансової децентралізації в Україні, на сьогодні є недостатнім. Відсутність до цього часу чіткого розподілу повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування, між органами місцевого самоврядування різних рівнів і місцевими органами виконавчої влади призводить до дублювання повноважень із надання гарантованих державою послуг та неефективного використання бюджетних коштів. Передача на місцеві бюджети видатків, які до цього здійснювалися за рахунок державного бюджету, всупереч вимогам бюджетного законодавства не супроводжується закріпленням за ними відповідного обсягу фінансових ресурсів.

Якщо звернутися до світового досвіду ефективного врегулювання міжбюджетних відносин під час адміністративно-територіальних реформувань, то можна зазначити, що впродовж останніх 25 років більшість європейських та інших розвинутих країн світу провели реформу міжбюджетних відносин, і, як наслідок, кожна країна обрала свій тип організації місцевих фінансів. Рівень бюджетно-фінансової, а також і фіскальної, децентралізації цих країн переважно залежав від ступеня їх економічного розвитку, діючих конституційних механізмів, географічного розташування. Дослідження даних МВФ щодо фіскальної децентралізації приблизно 80 країн свідчать про те, що в більшості країн збір доходів залишається відносно централізованим, водночас видатки бюджету мають тенденцію концентрації на нижчих рівнях влади. Діє кілька основних моделей організації бюджетної системи (табл. 1).

Зауважимо, що ступінь фінансово-бюджетної децентралізації у різних країнах світу істотно відрізняється у залежності від системи адміністративно-територіального устрою та моделі розподілу фінансово-бюджетних ресурсів. Відповідно до цього коливається і частка доходів (видатків) місцевих бюджетів у структурі зведеного бюджету. Так, у Польщі вона становить 31,3%, у Сло-

Таблиця 1

Базові моделі організації бюджетної системи у світовій практиці

Типи моделей	Країни, що впроваджували	Характеристики
Англосаксонська	Великобританія, США, Канада	Передбачає високий рівень фінансової самостійності та автономії місцевого управління; відсутні органи державної влади місцевого рівня, вагому роль відіграє судова гілка влади, на яку покладаються функції врівноваження і взаємоузгодження фінансових інтересів органів місцевого самоврядування різних рівнів між собою та з державними інституціями.
Континентальна	Франція, Італія, Іспанія, Угорщина	Органи влади місцевого рівня перебувають у фінансовій залежності від відповідних регіональних інституцій, які, у свою чергу, фінансово підпорядковуються відповідним центральним органам; виокремлюється скандинавський варіант, який передбачає не три (громада – регіон – держава), а чотири рівні владної ієрархії (громада – округ (район) – регіон – держава), де два проміжні рівні мають доволі незначні фінансово-бюджетні повноваження та виконують просторово-координаційні функції. Фінансово-бюджетна децентралізація в Україні на перших етапах здійснювалася саме за скандинавським варіантом.
Змішана	Німеччина, Словаччина, Австрія, Японія	Поєднує риси англосаксонської та континентальної моделей; передбачає фінансову супідрядність органів місцевого самоврядування нижчого рівня по відношенню до вищих владних інституцій. Водночас, така супідрядність спирається на систему делегованих повноважень і передбачає доволі високий рівень автономності органів місцевого самоврядування та їх права розпоряджатися фінансово-бюджетними ресурсами.

ваччині – 15,8%, у той час як у Данії – 65%, а в Угорщині – 12,9% (у Чехії – 25,8%, у Німеччині – 18,0%). У зазначених країнах чітко визначені та закріплені законодавчо державні і самоврядні (власні та делеговані) функції на усіх рівнях адміністративно-управлінської ієрархії з визначеними джерелами фінансового наповнення бюджетів відповідних органів влади.

При цьому, органи місцевого самоврядування наділені достатніми повноваженнями для адміністрування та збору власних податків, що сприяє максимальній мобілізації податкових надходжень у місцеві бюджети, зокрема від податку на землю і податку на нерухомість. Як наслідок, місцеві податки та збори відіграють вагому роль у наповненні дохідної частини бюджетів органів місцевого самоврядування (у Польщі – 41%, у Німеччині – 46%, у Франції – 67%).

З огляду на вищенаведене, можна визначити наступні перспективні напрями державної політики удосконалення процесу бюджетно-фінансової децентралізації в Україні:

1. Створення базових передумов успішної реалізації децентралізації. Йдеться про встановлення чіткого розподілу видатків між різними видами бюджетів та розподіл дохідних джерел між ними; припинення практики щорічних змін, що ускладнює можливість планування та посилює розбалансованість місцевих бюджетів; встановлення державних стандартів надання суспільних послуг органами місцевого самоврядування та фінансових нормативів їх забезпечення для всіх галузей (в першу чергу – освіти, охорони здоров'я) з метою гарантування їх якості, формування передумов для функціонування ринку соціальних послуг.

2. Посилення мотивації місцевих громад до ефективного використання місцевих ресурсів та власних можливостей шляхом зміни існуючого порядку зарахування податку з доходів фізичних осіб до місцевих бюджетів за місцем праці на зарахування в місцевий бюджет за місцем фактичного проживання особи, що забезпечить справедливий розподіл надходжень до місцевих бюджетів, збільшення частки відрахування в місцеві бюджети податку з доходів фізичних осіб.

3. Усунення недоліків існуючої системи міжбюджетних трансфертів, що порушують справедливість фінансового вирівнювання та не відіграють стимулюючої ролі для розвитку засобами врахування при розрахунку базової чи реверсної дотацій, поряд з надходженнями на одного жителя податку на доходи фізичних осіб та податку на прибуток підприємств, показників інших бюджетоутворюючих надходжень до місцевих бюджетів, зокрема частини акцизних податків, єдиного податку, податку на майно, що зробить більш справедливою залежність розміру цих дотацій від загального обсягу доходів місцевих бюджетів, а не окремих надходжень.

Висновки з проведеного дослідження. Формування ефективної системи місцевого самоврядування в Україні потребує подальшої децентралізації влади. Розпочаті в 2014 року процеси бюджетної децентралізації надали нові можливості місцевому самоврядуванню (самостійне формування місцевих бюджетів та прямі міжбюджетні відносини для об'єднаних громад, розширення податкової бази, перехід від системи вирівнювання місцевих бюджетів "за видатками" до системи вирівнювання "за доходами", що

створило реальні умови для економічному розвитку на місцевому рівні). Проте, здійснені кроки наразі не вирізняються системністю. Зведення центральною владою успіху реформ до надання щораз більших обсягів коштів всім рівням місцевого самоврядування, відволікає увагу від решти не менш важливих її цілей, а надмірне використання в якості основного інструменту дотування місцевих бюджетів цільових субвенцій, порядок використання яких визначається центральною владою, дестимулює органи місцевого самоврядування. Практика щорічних змін в порядку розмежування доходів і видатків між державним і місцевими бюджетами, недиверсифікованість власних доходів місцевих бюджетів зменшують можливість досягнення реальної бюджетної самодостатності. Існуюча система міжбюджетних трансфертів в багатьох випадках порушує справедливість фінансового вирівнювання та не відіграє стимулюючої ролі для розвитку. Відсутність системного підходу до перспективних планів створення громад поглиблює розрив у фінансових можливостях між громадами в межах одного району, між приміськими територіями та віддаленими від великих міст територіальними громадами, призводить до створення частини громад, нездатних в найближчій перспективі забезпечити належний рівень надання послуг.

Нормативно-правове забезпечення реформи децентралізації державного управління, в тому числі бюджетно-фінансової децентралізації, на сьогодні є недостатнім. Відсутність до цього часу чіткого розподілу повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування, між органами місцевого самоврядування різних рівнів і місцевими органами виконавчої влади призводить до дублювання повноважень із надання гарантованих державою послуг та неефективного використання бюджетних коштів. Передача на місцеві бюджети видатків, які до цього які до цього здійснювались за рахунок державного бюджету, всупереч вимогам бюджетного законодавства не супроводжується закріпленням за ними відповідного обсягу фінансових ресурсів. Встановлений порядок розподілу коштів окремих трансфертів з державного бюджету залишає можливість для корупції та лобіювання інтересів певних політичних сил.

Перспективними напрямами державної політики удосконалення процесу бюджетно-фінансової децентралізації в Україні можна визначити: створення базових передумов успішної реалізації децентралізації; посилення мотивації місцевих громад до ефективного використання місцевих ресурсів та власних можливостей; усунення недоліків існуючої системи міжбюджетних трансфертів, що порушують справедливість фінансового вирівнювання та не відіграють стимулюючої ролі для розвитку.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі стосуються обґрунтування змін до системи оподаткування в Україні, зокрема в частині перерозподілу податкових поступлень за рівнями управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Васильців Т. Г., Гудзовата О.О. Інструменти детінізації фінансового сектору України. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2018. Вип. 56. С. 134–138.

2. Власюк О.С. Стан і проблеми реформування адміністративно-територіального устрою України. Регіональна економіка. 2015. № 3. С. 16–23.

3. Данилишин Б.М., Пилипів В.В. Децентралізація у країнах ЄС: уроки для України. Регіональна економіка. 2016. Вип. 1. С. 5–11.

4. Казюк Я. Фінансова децентралізація і бюджети перших 159 об'єднаних громад в деталях: експертна стаття. URL: http://decentralization.gov.ua/news/item/id/5244 (дата звернення: 27.12.2019).

5. Набатова Ю.О., Ус Т.В. Формування місцевих бюджетів в умовах децентралізації фінансових ресурсів. Ефективна економіка. 2015. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4100 (дата звернення: 27.12.2019).

6. Романюк С. А. Децентралізація: теорія та практика застосування. Київ : НАДУ, 2018. 216 с.

7. Слободянюк Н.О., Коніна М.О. Проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 2. С. 611–616.

8. Сторонянська І.З., Беновська Л.Я. Перспективи та ризики зміцнення фінансової спроможності територіальних громад у контексті адміністративно-територіальної реформи в Україні. *Економічний часопис XXI.* 2016. № 162(11-12). С. 84–88.

REFERENCES:

1. Vasyltsiv T.G., Gudzovata O.O. (2018) Instrumenty detinizaciji finansovogo sektoru Ukrajiny [Instruments of deshadowing of financial sector of Ukraine]. Visnyk Lvivskogo torgovelno-ekonomichnogo universytetu, vol. 56, pp. 134–138.

2. Vlasyk O.S. (2016) Stan i problem reformuvannia administratyvno-terytorialnogo ustroju Ukrainy [The state and problems of reforming the administrative and territorial structure of Ukraine]. Regionalna ekonomika, no. 3, pp. 16–23.

3. Danylyshyn B.M., Pylypiv V.V. (2016) Decentralizacija u krajinah ES: uroky dlia Ukrajiny [Decentralization in EU countries: lessons for Ukraine]. Regionalna ekonomika, vol. 1, pp. 5–11.

4. Kazjuk Ya. (2018) Finansova decentralizacija I budzhety pershyh 159 objednanyh gromad v detaliah: ekspertna stattia [Financial decentralization and budgets of the first 159 amalgamated communities in detail: expert article]. Available at: http://decentralization.gov.ua/news/item/id/5244 (accessed 27 December 2019).

5. Nabatova Yu.O., Us T.V. (2018) Formuvannia miscevyh bjudzhetiv v umovah decentralizaciji finansovyh

resursiv [Formation of local budgets in the conditions of decentralization of financial resources]. Efektyvna ekonomika. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4100 (accessed 27 December 2019).

6. Romanjuk S.A. (2018) Decentralizacija: teorija ta praktyka zastosuvannija [Decentralization: Theory and practice of application]. Kyiv. (in Ukrainian)

7. Slobodjanjuk N.O., Konina M.O. (2016) Problemy formuvannija dohidnoji chastyny miscevyh bjudzhetiv v umovah finansovoji decentralizaciji [Problems of formation of revenue part of local budgets in the conditions of financial decentralization]. Ekonomika i suspilstvo, vol. 2, pp. 611–616.

8. Storonianska I.Z., Benovska L.Ya. (2016) Perspektyvy ta ryzyky zmicnennia finansovoji spromozhnosti terytorialnyh gromad u konteksti administratyvno-terytorialnoji reform v Ukrajini [Prospects and risks of strengthening the financial capacity of territorial communities in the context of administrative-territorial reform in Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys XXI,* no. 162(11-12), pp. 84–88.

Barna Marta
Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice-Rector
Lviv University of Trade and Economics

BUDGETARY-FINANCIAL DECENTRALISATION IN UKRAINE: TRENDS, RISKS AND PROSPECTS

The purpose of the article is to characterize the current trends in fiscal decentralization in Ukraine, to identify its problematic aspects, and to outline the ways of public policy to improve its effectiveness.

Administrative-financial decentralization, which is taking place in Ukraine, recognized as one of the most successful reforms, is a complex and a priori ambiguous process for the development of the socio-economic system of the country. At the same time, in the process of fiscal decentralization in Ukraine there are more and more problematic aspects related to quality, efficiency and fairness as a whole, as well as some aspects of fiscal decentralization, which is happening at the current stage of the country's development. These problems require careful study and decision making within public policy.

In the course of the research, the following methods were used: analysis and synthesis – to summarize the global experience of fiscal decentralization, theoretical generalization – to draw conclusions about current trends, advantages and disadvantages of fiscal decentralization in Ukraine, strategic management – to determine ways and instruments for improving public policy fiscal decentralization in Ukraine.

It is established that the formation of an effective system of local self-government in Ukraine requires decentralization of power. Budget decentralization processes started in 2014 provided new opportunities for local self-government to form independent local budgets and direct intergovernmental budgets for the united communities, expand the tax base, move from the system of local budgets “by expenditure” to the system of “income” equalization, new conditions for stimulating local governments to ensure economic development.

However, the steps taken are not systematic at this time. Reducing the success of reforms by the central government to provide ever greater amounts of funds to all levels of local government diverts attention from its other least important goals, and the excessive use of targeted subventions, as determined by the central government, which discourages local governments, from being the main tool for subsidizing local budgets.

The practice of annual changes in the order of dividing revenues and expenditures between the state and local budgets, the non-diversification of own revenues of local budgets, most of which is a tax on the income of individuals, the inclusion of this tax in local budgets at the location of enterprises, but not at the place of residence of employees reduce real budgetary self-sufficiency. The existing system of intergovernmental transfers in many cases violates the fairness of the financial equalization and does not play a stimulating role for development. The lack of a systematic approach to community-building plans widens the gap in financial capacity between communities within a single suburban area and suburban communities, leading to the creation of communities that are unable to provide the right level of service in the short term. The situation is aggravated by the extremely limited volume of budgets at all levels, which is primarily a consequence of the backwardness of the Ukrainian economy and the high level of shadowing of its economy.

The promising directions of the state policy of improving the process of fiscal decentralization in Ukraine are defined: creation of basic prerequisites for successful implementation of decentralization; enhancing the motivation of local communities to use local resources and their own resources effectively; eliminate the shortcomings of the existing system of intergovernmental transfers, which violate the fairness of the financial equalization and do not play a stimulating role for development.

The practical value of the article is that the developed recommendations can be implemented by public authorities, which will increase the efficiency of formation and use of budgetary resources in Ukraine.

ФОРСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
FORESIGHT AS A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

УДК 001.18:008.2:330.3:338.27
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-12

Васильєва О.О.
к.ф.-м.н, доцент, доцент кафедри економіки та митної справи
Національний університет «Запорізька політехніка»

У статті розглянуто методологічні засади використання форсайт-технології для розробки сценаріїв сталого розвитку аграрної сфери. Сучасний агробізнес зацікавлений у пошуку нових методів стратегічного прогнозування та планування для моделювання сталого розвитку галузі. Довгострокова стратегія може бути реалізована з використанням технології форсайт. В роботі зазначені базові припущення та основні принципи, що лежать в основі форсайту. Проаналізовано підходи закордонних та вітчизняних дослідників до змістовних тлумачень терміну «форсайт». Охарактеризовані методи дослідження що використовує форсайт, та методологічні принципи, на яких базується вибір методів форсайту. Наведені можливі сфери застосування форсайту та світовий досвід використання. На основі концептуальних засад сталого розвитку запропонований концепт форсайт-проєкту «Трудовий потенціал аграрної сфери в умовах сталого розвитку» та можливі етапи його виконання.

Ключові слова: *трудовий потенціал, сталий розвиток, аграрна сфера, форсайт, методи форсайту.*

В статье рассмотрены методологические начала использования форсайт-технологии для разработки сценариев устойчивого развития аграрной сферы. Современный агробизнес заинтересован в поиске новых методов стратегического прогнозирования и планирования для моделирования устойчивого развития отрасли. Долгосрочная стратегия может быть реализована с использованием технологии форсайт. В работе обозначены базовые допущения и основные принципы, лежащие в основе форсайта. Проанализированы подходы зарубежных и отечественных исследователей к содержательным трактовкам термина «форсайт». Охарактеризованы методы исследования, используемые форсайтом, и методологические принципы, на которых базируется выбор методов форсайта. Приведены возможные области применения форсайта и мировой опыт использования. На базе концептуальных основ устойчивого развития предложен концепт форсайт-проекта «Трудовой потенциал аграрной сферы в условиях устойчивого развития» и возможные этапы его выполнения.

Ключевые слова: *трудовой потенциал, устойчивое развитие, аграрная сфера, форсайт, методы форсайта.*

The article deals with the basic principles of economic sustainability. It is stated that sustainability is based on the person-centered approach. Prospects of agrarian sphere of the economy of Ukraine as one of the future clusters are justified. Prospects of agrarian sphere of the economy of Ukraine as one of the future clusters are justified. Modern agribusiness is interested in finding new strategic forecasting and planning methods for modeling sustainability of the industry. A long-term strategy can be implemented using foresight technology. The methodological principles of the use of foresight technology for the development of scenarios of sustainability of the agrarian sphere are presented. The basic assumptions and general principles underlying the foresight are stated in the work; the fundamental principle of foresight is the mindset that the ideas about the future wield the real actions of the present. The approaches of foreign and domestic researchers to meaningful interpretations of the term "foresight" are analyzed, which can be interpreted as a technology containing a set of methods and tools that are used by specialists for complex strategic prediction process by dividing it into a system of sequential interrelated procedures and operations, and aim to work out the concept of development of a particular segment of the enterprise, industry or country as a whole in the medium or long term. The research methods of foresight and methodological principles underlying the choice of methods of foresight are characterized. The main methods used in foresight are expert panels, scripting method, the Delphi method, roadmaps, Ishikawa diagram, SWOT-analysis. The possible spheres for foresight usage are identified: technological foresight, socio-economic foresight, scientific and political foresight. Global practice in the use of foresight technology indicates the possibility of its implementation in various fields. On the basis of conceptual principles of sustainability, the concept of foresight project "Labor potential of the agrarian sphere in the conditions of sustainability" and possible stages of its implementation were proposed. It is stated that the use of foresight as a tool for sustainability will allow to substantiate the goals and principles of sustainability and to build a unified future image of the agrarian sphere.

Key words: *labor potential, sustainability, agrarian sphere, foresight, methods of foresight.*

Постановка проблеми. Україна може досягти успіху в міжнародному поділі праці. Головним кластером економіки прогнозовано залишиться аграрний сектор, оскільки для цього є всі передумови: сприятливий клімат, наявність біля 20% світових чорноземів, зростаюча продовольча світова криза та традиції агробізнесу, які закладені в менталітеті українців. До сильних сторін національної аграрної економіки можна віднести наявність освіченого працездатного людського капіталу; вигідне географічне розташування в євразійському просторі, де в перспективі зростатиме вагомість транспортних коридорів; вагомість унікальних чорноземів у світовому масштабі, їх висока природна родючість, потужний потенціал виробництва рослинної продукції, розгалужена система магістральних каналів зрошення, зональне наукове забезпечення рослинництва. Агробізнес зацікавлений у пошуку нових методів стратегічного прогнозування й планування, які можуть змоделювати подальший сталий розвиток галузі. В системі стратегічного менеджменту це може бути реалізовано у вигляді довгострокової стратегії, методологічною базою якої виступає «Форсайт», як один із сучасних ефективних інструментів забезпечення сталого розвитку завдяки передбаченню майбутнього та його цілеспрямованому формуванню на основі декількох сценарних планів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічний базис форсайту знаходиться останнім часом у сфері підвищеної уваги з боку науковців та практиків з огляду на актуалізацію створення концепцій передбачення майбутнього. Проблематика форсайту є дискутивною та різно-

плановою, теоретичні засади та тенденції розвитку цього методу висвітлювались в працях закордонних дослідників Дж. Дейтора, О. Гайфутдінової, А. Гіннеса, Дж. Гленна, М. Лаустера, О. Маліновської, Бена Р. Мартіна, В. Ніколашина, Р. Полі, А. Соколова, а також вітчизняних вчених С. Богачова, О. Галушка, М. Згуровського, С. Квітки, Я. Кологривова, І. Литвинчук, К. Рулицької, О. Садовника, Л. Федулової, А. Шпикуляка. Аналіз наукових робіт згаданих авторів дозволяє стверджувати, що використання форсайт-технологій для сталого розвитку аграрної сфери не дістало практичного використання в Україні, що стимулює проведення подальших наукових розробок.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз можливостей застосування форсайту для розробки сценаріїв забезпечення сталого розвитку аграрної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. В центрі концепції сталого розвитку знаходиться людина та поліпшення якості її життя у сприятливому соціально-економічному середовищі та екологічно чистому, здоровому, різноманітному природному довкіллі. Високий інтелектуальний рівень людського потенціалу має забезпечити конкурентоспроможність країни у майбутньому. Реалізація Стратегії сталого розвитку спрямована на подолання бідності шляхом ефективної зайнятості населення, високої вартості робочої сили, накопичення людського і соціального капіталу, розвитку підприємницької активності населення, зміцнення середнього класу, підвищення соціальних стандартів і гарантій, а також надання необхідної соціальної підтримки вразливим групам населення в системі «держава-регіон-громада» [1]. Ключовим моментом сталого розвитку як інноваційного розвитку є не матеріальні та фінансові ресурси, а людські ресурси, їх здібність працювати з майбутнім, їх здатність вибудовувати нові інституції та механізми, на яких формується інноваційна освіта та інноваційна економіка. Несприятлива тенденція динаміки демографічних показників сільського населення, підвищення рівня його захворюваності, постаріння та втрати працездатності внаслідок дії екологічних факторів, обумовлюють зростання витрат на медичне обслуговування, послабляють трудовий потенціал аграрної сфери. Отже, ресурсо-екологічні прогнози, спрямовані на підвищення якості навколишнього середовища, як важливої передумови переходу на моделі сталого розвитку економіки, мають розроблятися одночасно з довгостроковими прогнозами соціально-економічного розвитку. Визначення пріоритетності стратегій розвитку доцільно проводити за допомогою методу «Форсайт» [2, с. 13].

Відмінною рисою технології форсайту від прогнозування є те, що «форсайтери» не здійснюють прогнозів, а намагаються конструювати майбутнє. Форсайт застосовують з метою впливу на майбутнє, його активного формування, а не пасивного прогнозування та очікування майбутнього. Фундаментальним принципом форсайту є установка, що уяви про майбутнє керують реальними діями сьогодення. Базові припущення, які закладені в основі форсайту [3]:

– майбутнє не є продовженням минулого, не в обов'язковому порядку тенденції минулого екстраполюються із застосуванням математичних методів і передбачають майбутнє, оскільки моделі, що використовуються, суб'єктивні;

– майбутнє конструюється нами сьогодні, в ньому ключові стейкхолдери конкурують один з одним за майбутнє, тому майбутнє буде результатом економічних прогнозів та впливів ключових гравців в економіці;

– майбутнє залежить від людей, які реально займаються розробкою стратегій та сценаріїв розвитку вже сьогодні, від їх покрокових дій, від якості цих стратегій та сценаріїв, що реалізуються вже сьогодні;

– майбутнє розглядається не як відсторонений абстрактний об'єкт прогнозування та планування, а як жива реальність існування, до якої безпосередньо включений суб'єкт.

При дослідженні майбутнього доцільно керуватись наступними принципами:

– зумовленість поточних рішень уявною картиною майбутнього;

– фокусування на пошуку переважних сценаріїв, оцінці можливостей потенціалу людини та її самореалізації;

– врахування «відкритих» та «закритих» стратегій;

– необмеженість в часі, варіативність, орієнтація на процес та моделювання варіантів, а не на дотримання шаблонів;

– використання практичної уяви, пошук альтернатив та руйнування стереотипів, ідентифікація взаємозв'язків та аналіз їх логіки;

– розвиток навичок розроблення превентивних заходів.

Наведені принципи можна доповнити висловлюванням Дж. Дейтора «Будь-яка конструктивна ідея, яку можна віднести до майбутнього, спочатку виглядає абсурдно» [4]. Поняття «безглузде» та «абсурдне» – важливі категорії образів майбутнього, які можуть стати ключем до розуміння складності та «поєднання непоєднуваного».

Вперше для передбачення на основі історичного аналізу термін «foresight» запропонував письменник-фантаст Герберт Уельс у 1930 році з метою використання майбутніх технологічних винаходів. Одне з найпопулярніших визначень передбачуваності – це те, яке запропонували у 1983 році Бен Мартін та Джон Ірвін: форсайт – це процес, який бере участь у систематичних спробах вивчити віддалене майбутнє науки, техніки, економіки та суспільства з метою визначення напрямів стра-

тегічних досліджень та технологій, які, можливо, призведуть до якнайбільших економічних та соціальних вигод [5]. Л.І. Федулова визначає цю категорію як «форсайт – це сценарне прогнозування соціально-економічного розвитку економіки, промисловості та суспільства в 10-20 річній перспективі» [6, с. 106]. Інші дослідники характеризують форсайт як не тільки механізм виявлення альтернатив, підготовки аналітичного пронозу, консолідації зусиль учасників процесу виробництва, бізнесу, влади, суспільства, але й спосіб досягнення економічних зрушень [7, с. 105]. Ми погоджуємось із узагальненням змістовних тлумачень цього терміну, зробленого О. Садовником, що «форсайт можна трактувати як технологію, яка містить сукупність методів і засобів, що використовуються для реалізації фахівцями складного процесу стратегічного передбачення шляхом поділу його на систему послідовних взаємопов'язаних процедур і операцій, які мають на меті розробку концепції розвитку окремого сегменту діяльності підприємства, галузі чи країни в цілому в середньостроковому або довгостроковому періоді» [8, с. 128].

Технологія передбачення – це і процес, і інструмент, за допомогою якого відбувається консенсус науковців, інженерів, представників промисловості, працівників державного управління, представників широких верств суспільства. Передбачення можна визначити як процес систематичного дослідження майбутнього, результати якого впливають на динамічне пристосування далекосяжних варіантів майбутнього до змін середовища.

Сьогодні форсайт як технологія довгострокового прогнозування являє собою сукупність методів експертної оцінки стратегічних напрямів соціально-економічного та інноваційного розвитку, але відрізняється від стандартного прогнозування тим, що орієнтована не стільки на розробку сценаріїв, скільки на вибір найбільш оптимальної альтернативи та здійснення заходів щодо реалізації обраного сценарію розвитку.

Інша суттєва ознака форсайту – залучення до роботи значної кількості експертів різних сфер діяльності: науки, економіки, промисловості, політики, громадської діяльності та інших стейкхолдерів. Кількість експертів для розробки альтернативних варіантів сценаріїв може досягати декількох тисяч.

Форсайт з великої кількості методів дослідження найбільш інтенсивно використовує 10-20, основними з яких є:

– експертні панелі;
– метод сценаріїв;
– метод критичних технологій;
– бенчмаркінг;
– метод Дельфі;
– екстраполяція;
– дорожні карти;
– аналіз силового поля;
– діаграма Ісікави;
– метод мозкового штурму;
– SWOT-аналіз.

Найбільш популярним є метод експертних панелей, в межах якого групи експертів протягом декількох місяців розробляють різні варіанти майбутнього, використовуючи новітні аналітичні та інформаційні матеріали та розробки [9, с. 54].

Метод сценаріїв передбачає визначення набору сценаріїв розвитку ситуації, дозволяє з певним ступенем ймовірності визначити можливі тенденції розвитку, взаємозв'язок між важелями, сформувати картину можливих станів ситуації під впливом тих чи інших факторів. Сьогодні існують різні варіанти реалізації методу сценаріїв: отримання узгоджених думок; процедура незалежних сценаріїв, що повторюється; використання матриць взаємодій та інші. Групуючи сценарії в класи, можна визначити раціональну стратегію управління. Такий багатоваріантний підхід дозволяє більш повно визначити критичні ситуації для прийняття рішень, виявити можливі наслідки альтернативних варіантів для порівняння та вибору найбільш ефективного. Використання сценаріїв охоплює всі функції стратегічного передбачення: розуміння, сканування, прогнозування, бачення, планування [10].

Метод критичних технологій використовується у США, Франції, Чехії та інших країнах. Перелік критичних технологій формується на базі знань експертів високої кваліфікації відповідних галузей. Попередній перелік критичних технологій формується на основі експертних опитувань та інтерв'ю, обговорюється в межах спеціальних панелей та фокус-груп, після чого визначається фінальний перелік критичних технологій.

Бенчмаркінг – спосіб вивчення господарської діяльності конкурентів для використання їх позитивного досвіду в своїй діяльності. Основною метою використання бенчмаркінгу є оцінка ефективності окремих функцій та процесів з метою виявлення відхилень та причин неефективності бізнес-процесів.

Метод Дельфі, розроблений у 1964 р. у США О. Хелмером та Т. Гордоном, використовується у Японії, Німеччині, Великобританії. Сутність методу полягає у послідовному анкетуванні експертів з різних галузей науки і техніки та формуванні масиву інформації, що відображає окремі оцінки експертів, які ґрунтуються як на логічному аналізі, так і на інтуїтивному досвіді. Цей метод передбачає використання адаптованих для вирішення завдань експертизи опитувальних форм, в кожній із яких містяться інформація та судження, отримані з попередньої анкети, обов'язковою умовою є відсутність особистих контактів між експертами і забезпечення їх повною інформацією щодо всіх результатів оцінок після кожного етапу опитування із збереженням анонімності оцінок, аргументації та критики.

Екстраполяція – логіко-математична процедура, що дозволяє проектувати висновки, отримані відносно якоїсь частини об'єктів або явищ на всю сукупність, а також на іншу частину; розповсюдження висновків, зроблених на основі поточних або минулих станів явища або процесу на їх майбутній стан.

Метод дорожньої карти, який вперше був використаний в кінці 1970-х років компанією «Motorola», застосовується для розробки довгострокових стратегій розвитку технологій. В цьому методі передбачається стратегічне планування, до якого залучаються експерти із сфери бізнесу: маркетологи, фінансисти, технологи, розробники. Дорожня карта ілюструє етапи переходу від поточного стану до фаз розвитку у довгостроковій перспективі за рахунок синхронного розвитку технологій, продукції, послуг та ринку. В результаті використання цього методу створюється графічне представлення реперних точок на шляху розвитку галузі чи організації, які поєднані причинними або часовими ланцюжками.

Аналіз силового поля дозволяє виявити рушійні сили та фактори, які, з одного боку, сприяють вирішенню проблеми, з іншого – протидіють. Ступінь їх впливу на найгірший сценарій або на ідеальний сценарій розвитку дозволяє виявити пріоритетні сфери для побудови плану дій щодо вирішення проблем, наприклад, в аграрній сфері.

Діаграма Ісікави сприяє виявленню помилок, аналізу проблем, причин, що викликають досліджувані проблеми. Цей метод надає можливості виявити ключові взаємозв'язки між різними факторами, більш глибоко зрозуміти досліджувану проблему, сприяє визначенню головних негативних чинників та попередженню або усуненню їх дії. Діаграма Ісікави дозволяє ілюстративно відобразити ключові фактори, що впливають на трудовий потенціал.

Метод мозкового штурму, що був розроблений А. Осборном у 1953 р., заснований на допущенні, що однією з основних перешкод для народження нових ідей є «страх оцінки», люди часто не висловлюють вголос цікаві неординарні ідеї через побоювання зустріти скептичну оцінку чи вороже ставлення з боку колег та керівництва. Метою використання методу мозкового штурму є виключення оціночного компоненту на початкових етапах створення ідей. Класична техніка мозкового штурму ґрунтується на двох принципах: відтермінування висновків щодо раціональності ідеї та перехід від кількості до якості. На першому етапі передбачається оприлюднення якомога більшої кількості ідей, другий етап полягає в розвитку ідей інших учасників, на третьому етапі відбирається краще рішення, виходячи з експертних оцінок.

SWOT як метод аналізу в стратегічному плануванні вперше запроваджений у 1963 р. у Гарварді К. Ендрюсом. Цей метод полягає в розділенні факторів та явищ на чотири категорії: strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості) та threats (загрози).

Успіх форсайт-проєкту залежить від обраного набору методів, часових та ресурсних обмежень, наявності достатньої кількості компетентних експертів, доступу до бази знань та інші фактори. Для вибору методів форсайту використовується «трикутник форсайту», вершинами якого виступають ключові фактори, що забезпечують успіх роботи з експертами: креативність, експертиза та взаємодія [9]. Методи розташовують в середині трикутника відповідно до «гравітаційного тяжіння» до того чи іншого фактору (кута трикутника). Основним принципом дії «трикутника форсайту» є оптимальна конфігурація методів для найбільш повної реалізації трьох функцій. Пізніше три базові методологічні принципи були доповнені четвертим – «доказовість», що перетворило трикутник в «ромб (діамант) форсайту», який позиціонує методи відносно один одного в просторі за принципом бінарних опозицій: 1) креативність та доказовість і 2) експертиза та взаємодія.

На думку вчених, сьогодні «діамант форсайту» є вже не достатньо ємним для подальшого розвитку цієї технології, тому перетворився в «п'ятикутник», з додаванням принципу керованості, в якому використовуються IT-моделювання, машинне навчання, поведінкове моделювання та непараметричне моделювання [8, с. 129]. Методи, що використовує форсайт, можна систематизувати у дві групи: колективні та індивідуальні. У першій групі активно використовується метод мозкового штурму, а в другій – метод Дельфі, який дозволяє створити експертний прогноз через збір та статистичну обробку експертних оцінок на основі спеціально розроблених анкет.

Виділяють соціальний та технологічний форсайт, що відрізняються ступенем визначеності оперативних цілей, які передбачає стратегія. Технологічний форсайт використовує конкретні показники, що повинні бути виконані для досягнення цілі, об'єкти ж соціального форсайту не завжди є такими в «чистому вигляді». Управління як атрибут громадського життя має соціальний сенс та зміст, базується на певній узгодженості прагнень людей, оскільки в центрі його уваги знаходяться люди як суб'єкти управлінських відносин [11, с. 174]. Наприклад, такі поняття як якість життя, рівень розвитку трудового потенціалу, виступають соціокультурними феноменами, є динамічними характеристиками, не існують об'єктивно, а формуються як ефект конкретної соціальної практики. Сьогодні форсайт застосовується для різних сфер розвитку: розвиток продуктивних сил (технологічний форсайт), розвиток людського капіталу (соціально-економічний форсайт), розвиток науки (науковий форсайт), розвиток системи державного управління (політичний форсайт) [12, с. 10].

Таблиця 1

Характеристика «ромбу форсайту»

Фактори впливу на роботу експертів	Методи та жанри форсайту
Взаємодія	Рольові ігри, панельні дискусії, сценарні семінари, конференції, семінари, мозковий штурм, інтерв'ю, взаємовплив, карта керівника, зворотній прогноз, фокус-групи
Експертиза	SWOT, ігрова симуляція, логічні моделі, дорожні карти, метод Дельфі, експертні панелі, критичні технології, пріоритети
Креативність	Наукова фантастика, створення сценаріїв, ессе
Доказовість	Бібліометрія, бенчмаркінг, сканування, моделювання, екстраполяція

Позитивний досвід застосування форсайт-методології європейськими країнами, де в результаті реалізації проектів створено понад 300 образів (сценаріїв), які фокусували увагу на формуванні соціальної бази для сталого розвитку та моделюванні бажаного майбутнього для європейських громадян, свідчить про можливість використання форсайту в різних сферах (табл. 2).

Процес з формування майбутнього, робота щодо ініціації складної комунікації потребує проведення чисельних семінарів, опитувань, конференцій за участю, крім вчених, багатьох стейкхолдерів. Суттєвою проблемою для форсайту в нашій країні, на відміну від світових трендів, є відсутність різнопланового експертного середовища, яке включало б вчених, аналітиків, футурологів, домогосподарок. Без такого кваліфікованого комунікаційного середовища неможливо обговорення багатоваріантного майбутнього й реалізація якісного форсайт-проекту.

В суспільстві розповсюджена думка про те, що тема майбутнього – це питання фантастики, а майбутнє єдине, форсайт же передбачає вихід за межі уявлень одноваріантного майбутнього.

Реальний сектор національної економіки має бути модернізований на принципово нових засадах інноваційності та ефективного використання креативного потенціалу людини. Відтак для економіки України запропоновано принципово нову людиноцентричну модель розвитку.

Можливості майбутнього розвитку України – це інноваційний стрибок прискореного економічного розвитку на основі ефективного використання наявного потенціалу людського капіталу та посилення інноваційної спроможності національної економіки як невід'ємної складової зміцнення конкурентоспроможності країни. Для інноваційного стрибка Україні необхідно ідентифікувати можливий каталізатор і потенційні технології, які можуть бути виведені на внутрішній і зовнішні ринки, а також створити відповідні інституційні умови.

Каталізатором інноваційного стрибка є головний носій знань і навичок – людина. Складові, що сприяють розвитку людського капіталу – фактори безпеки, культури, науки, освіти, охорони здоров'я, потребують нагальної уваги з позицій майбутнього розвитку.

Виходячи із сучасного стану національної економіки, визначених пріоритетів, горизонтів і перспектив у міжнародному поділі праці, в Україні може бути сформований кластер «агропромисловий комплекс» за умови переходу до моделі збалансованого розвитку, використовуючи механізм «ефективна реалізація людського й соціального капіталу».

Положення сталого розвитку та концептуальні засади, що розроблені А. Аткіссоном [14], надають основу для формування концептуальних засад методики передбачення для трудового потенціалу аграрної сфери України (табл.3). Основними положеннями цього інструментарію є виконання наступних етапів [15, с. 49]:

1) формування системи показників, які суттєво визначають теперішній стан аграрної сфери та показників, які можуть визначати подальший її розвиток на середньо- та довгострокову перспективи;

2) групування показників за елементами впливу (економічні, екологічні, соціальні);

3) створення карти взаємозв'язків у системі;

4) системний аналіз і візуалізація результатів аналізу;

Таблиця 2

Світовий досвід використання форсайт-проєктів із залученням громадян

Виконані проекти	Участь країн	Час виконання	Напрями проєктів	Кількість образів
Civisti	7	2009	СНІД; хвороби Альцгеймера; біоенергетика; біотехнології; демократія; глобальні перспективи; наномедицина; наука; сталий розвиток; різноманітність.	69
Casi	12	2015	Навколишнє середовище; економіка; соціальне благополуччя; стійкість; інновації; ініціативність; стійке майбутнє; циркулярна економіка.	50
Cimulact	30	2015-2016	Бажане майбутнє; демократичний процес; суспільний виклик; діти; рівність; місто і село; свобода та безпека.	179

Джерело: [13]

5) експертне опитування про стан та перспективи розвитку аграрної сфери;

6) обробка результатів експертизи;

7) формування сценаріїв розвитку аграрної сфери України.

Форсайт, що виникає на базі демократичного суспільства активно стимулює його розвиток, створює засади для делегування повноважень від держави до суспільства, а в сучасних умовах вирішує проблему досягнення консенсусу з приводу майбутнього, стимулюючи громадську активність. Результати реалізації форсайт-проєкту дають можливість розробляти галузеві стратегії та сценарії майбутнього.

Висновки з проведеного дослідження. Використання форсайту як інструмента забезпечення сталого розвитку дозволить обґрунтувати цілі та принципи сталого розвитку й побудувати єдиний образ майбутнього сільських територій, що є цільовим орієнтиром як державної політики, так і діяльності сільськогосподарських підприємств в короткостроковому та довгостроковому періоді. Формування та реалізація стратегічного плану управління соціально-економічними змінами на засадах форсайту сприятиме активізації переходу аграрної сфери на інноваційний шлях розвитку.

Таблиця 3

Концепт форсайт-проєкту «Трудовий потенціал аграрної сфери в умовах сталого розвитку»

Структура проєкту	Зміст структурного елементу
1	2
1. Проблемна ситуація. Обґрунтування	Людський капітал є ключовим ресурсом інноваційного сценарію розвитку аграрної сфери. Стан трудового потенціалу у сільській місцевості є критичним з точки зору його кількісних та якісних характеристик. Форсайт-проект «Трудовий потенціал аграрної сфери в умовах сталого розвитку» – інституційна інновація націлена на формування середовища, що зумовлює інноваційний розвиток.
2. Мета проєкту	Розробка нового дискурсу про трудовий потенціал аграрної сфери в умовах сталого розвитку. Формулювання концепту інноваційного сценарію розвитку аграрної сфери, включаючи дорожню карту. Формування кваліфікованого експертного середовища, носіїв нового дискурсу.
3. Ідеологія проєкту	Подолання ідеологічних стереотипів щодо трудового потенціалу (застарілий набір індикаторів, бачення з позицій минулого та сьогодення), інновацій (технічні розробки, при використанні яких в сільськогосподарському виробництві створюється інтелектуальний продукт з високою доданою вартістю), аграрну сферу (система, яка складається із сільського господарства та переробної галузі). Новий дискурс про трудовий потенціал аграрної сфери (створення штучного інституційного середовища розвитку, в якому можуть народжуватись інновації; якість середовища оцінюється з точки зору інфраструктури та узгодженості елементів середовища – інститутів, механізмів, інфраструктур, які сприятимуть нарощуванню людського капіталу, а, отже, більш раціональному використанню та сталому розвитку трудового потенціалу).
4. Місце форсайт-проєкту серед інших стратегій та програм розвитку	Аналіз існуючих стратегічних документів. Переваги форсайту та його доповненість по відношенню до існуючих технологій стратегування.
5. Замовники форсайт-проєкту	Обласні державні адміністрації. Обласні та районні ради. Об’єднані територіальні громади. Асоціаційований аграрний бізнес (Торгово-промислова палата, асоціації аграріїв, аграрних перевізників, агровиробників та підприємців, фермерів, сільськогосподарських дорадчих служб та ін.).
6. Учасники форсайт-проєкту	Робоча група; ядро експертів та партнерів, які поділяють ідеологію проєкту; пул експертів для формування нового дискурсу проекту; експертне середовище, експертні групи, що залучаються для участі в іграх, опитуваннях, панельних дискусіях.
7. Методологія форсайту	Метод Дельфі. Мозковий штурм. Експертні панелі. Розробка сценаріїв. Екстраполяції. Дорожня карта. Аналіз силового поля.
8. Організація та управління проєктом	Форсайт-агенція, засновники якої є ідеологами проєкту й входять до ініціативної групи. Громадська ініціатива.
9. Ресурсне забезпечення	Цільове фінансування замовниками.
10. Результати проєкту	Розроблений концепт сценарію. Новий дискурс трудового потенціалу аграрної сфери. Проєкт дорожньої карти реалізації сценарію. Формування партнерського пула експертів.
11. Стратегічні результати форсайт-проєкту	Формування нового інституційного середовища трудового потенціалу аграрної сфери. Підвищення конкурентоспроможності та інноваційності сільськогосподарської продукції. Включення аграрного виробництва України до світових ринків збуту. Підвищення рівня життя та людського капіталу.

Джерело: розроблено автором

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січ. 2015 р. № 5/2015. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015/conv (дата звернення 23.10.2019).
2. Бовсунівська І.В. Децентралізація влади в Україні як головний фактор сталого розвитку об'єднаних територіальних громад. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління,* 2018. Т. 29(68). № 6. С. 11–15.
3. Переслегин С.Б. Новые карты будущего или Анти-Рэнд. М. : АСТ; СПб. : Terra Fantastica, 2009.
4. Dator J.A. (2002). Introduction: The Future Lies Behind – Thirty Years of Teaching Futures Studies. Advancing Futures: Futures Studies in Higher Education. Connecticut : Praeger.
5. Ben R. Martin (1995). Technology Foresight in a Rapidly Globalizing Economy, SPRU Science and technology Policy research : University of Sussex.
6. Федулова Л.І. Форсайт: сучасна методологія технологічного прогнозування. *Економіка і прогнозування*, 2008, № 3. С. 106–120.
7. Николашин В.П., Стрельников А.В. Использование методов форсайт-исследований в стратегическом управлении аграрной сферой экономики. *Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания*, 2016, № 2. С. 103–109.
8. Садовник О.В. Розвиток форсайту та його вплив на прогнозування продуктово-ринкової стратегії агробізнесу в України. *Стратегія економічного розвитку України*, 2016, № 39. С. 126–136.
9. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее. *Форсайт*, 2007, № 1. С. 52–59.
10. Tiberius V. (2019). Scenarios in the strategy process: a framework of affordances and constraints. *European Journal of Futures Research*, Volume 7, Issue 1. doi: https://doi.org/10.1186/s40309-019-0160-5
11. Попов С.М. Наукова парадигма суб'єкт-суб'єктного управління в умовах сучасного континууму. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2010, вип. 43. С. 166–175.
12. Малиновская О.В., Скобелева И.П. Форсайт как технология стратегического планирования и управления. *Финансы и кредит*, 2014, № 32(608). С. 2–13.
13. Repo P., Matschoss K. (2018). Citizen visions for European futures – methodological considerations and implications. *European Journal of Futures Research*. Volume 6, Issue 1. doi: https://doi.org/10.1186/s40309-018-0149-5
14. Аткиссон А. Как устойчивое развитие может изменить мир. М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 456 с.
15. Кологривов Я.І. Теоретичні засади використання методології форсайту у передбаченні розвитку промислових підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*, 2015, № 12. С. 46–50.

REFERENCES:

1. Pro Stratehiiu staloho rozvytku «Ukraina – 2020»: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 12 sichnya 2015 r. [On the Sustainable Development Strategy "Ukraine 2020": Presidential Decree of Ukraine] № 5/2015. Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015/conv (accessed 23 October 2019).
2. Bovsunivska I.V. (2018) Detsentralizatsiia vlady v Ukraini yak holovnyi faktor staloho rozvytku obiednanykh terytorialnykh hromad [Decentralization of power in Ukraine as a major factor in the sustainable development of united territorial communities]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Ekonomika i upravlinnia*, 29(68), 6, 11–15.
3. Pereslegin S.B. (2009) Novye karty buduschego ili Anti-Rend [New maps of the future or Anti-Ren]. M.: AST; SPb.: Terra Fantastica. (in Russian)
4. Dator J.A. (2002) Introduction: The Future Lies Behind – Thirty Years of Teaching Futures Studies. Advancing Futures: Futures Studies in Higher Education. Connecticut: Praeger.
5. Ben R. Martin (1995) Technology Foresight in a Rapidly Globalizing Economy, SPRU Science and technology Policy research : University of Sussex.
6. Fedulova L.I. (2008) Forsait: suchasna metodolohiia tekhnolohichnoho prohnozuvannia [Foresight: a modern methodology for technological forecasting]. *Ekonomika i prohnozuvannia,* 106–120.
7. Nikolashin V.P., Strel'nikov A.V. (2016) Ispol'zovanie metodov forsayt-issledovaniy v strategicheskom upravlenii agrarnoy sferoy ekonomiki [The use of foresight research methods in the strategic management of the agricultural sector of the economy]. *Tehnologii pischevoy i pererabatyvayuschey promyshlennosti APK – produkty zdorovogo pitaniya,* 103–109.
8. Sadovnyk O.V. (2016) Rozvytok forsaitu ta yoho vplyv na prohnozuvannia produktovo-rynkovoi stratehii ahrobiznesu v Ukrainy [Foresight development and its impact on forecasting agribusiness product and market strategy in Ukraine]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy,* 126–136.
9. Sokolov A.V. (2007) Forsayt: vzglyad v buduschee [Foresight: looking to the future]. *Forsayt,* 52–59.
10. Tiberius V. (2019). Scenarios in the strategy process: a framework of affordances and constraints. *European Journal of Futures Research*, Volume 7, Issue 1. doi: https://doi.org/10.1186/s40309-019-0160-5
11. Popov S.M. (2010) Naukova paradyhma subiekt-subiektnoho upravlinnia v umovakh suchasnoho kontynuumu [The scientific paradigm of subject-subject management in the context of the contemporary continuum]. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii,* 43, 166–175.
12. Malinovskaya O.V., Skobeleva I.P. (2014) Forsayt kak tehnologiya strategicheskogo planirovaniya i upravleniya [Foresight as a technology for strategic planning and management]. *Finansy i kredit,* 32(608), 2–13.
13. Repo P., Matschoss K. (2018). Citizen visions for European futures – methodological considerations and implications. *European Journal of Futures Research.* Volume 6, Issue 1. doi: https://doi.org/10.1186/s40309-018-0149-5
14. Atkisson A. (2012) Kak ustoychivoe razvitie mozhet izmenit' mir [How sustainable development can change the world]. M.: BINOM. Laboratoriya znaniy. (in Russian)
15. Kolohryvov Ya.I. (2015) Teoretychni zasady vykorystannia metodolohii forsaitu u peredbachenni rozvytku promyslovykh pidpryiemstv [Theoretical principles of the use of foresight methodology in predicting the development of industrial enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut»,* 12, 46–50.

Vasylieva Olena
Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Customs
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

FORESIGHT AS A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The purpose of the article. Modern agribusiness is interested in finding new strategic forecasting and planning methods for modeling sustainability of the industry. In the strategic management system, this can be implemented in the form of a long-term strategy, the methodological basis of which is "Foresight", as one of the modern effective tools for ensuring sustainable development by predicting the future and its purposeful formation on the basis of several scenarios.

Methodology. The methodological principles of the use of foresight technology for the development of scenarios of sustainability of the agrarian sphere are presented. The research methods of foresight and methodological principles underlying the choice of methods of foresight are characterized. The main methods used in foresight are expert panels, scripting method, the Delphi method, roadmaps, Ishikawa diagram, SWOT-analysis. The "foresight fiamond" is characterized (factors influencing the work of experts and the corresponding methods and genres of foresight): interaction, expertise, creativity, evidence.

Results. The article deals with the basic principles of sustainable economic development. It is stated that sustainability is based on the person-centered approach. Prospects of agrarian sphere of the economy of Ukraine as one of the future clusters are justified. The basic assumptions and general principles underlying the foresight are stated in the work; the fundamental principle of foresight is the mindset that the ideas about the future wield the real actions of the present. The approaches of foreign and domestic researchers to meaningful interpretations of the term "foresight" are analyzed, which can be interpreted as a technology containing a set of methods and tools that are used by specialists for complex strategic prediction process by dividing it into a system of sequential interrelated procedures and operations, and aim to work out the concept of development of a particular segment of the enterprise, industry or country as a whole in the medium or long term. Possible areas of application of the foresight are given: development of productive forces (technological foresight), development of human capital (socio-economic foresight), development of science (scientific foresight) and development of the system of public administration (political foresight). World experience and positive practice of using foresight technology testifies to the possibility of its application in various fields. A significant problem for foresight in our country, in contrast to the world trends, is the lack of diverse expert environment that would include scientists, analysts, futurists, housewives. Without such a skilled communication environment, it is impossible to discuss a multifaceted future and implement a qualitative foresight project.

Practical implications. Foresight technology is proposed on the basis of conceptual principles of sustainability, the main provisions of this toolkit are the fulfillment of the following steps: 1) formation of a system of indicators that significantly determine the current state of the agrarian sphere and indicators that can determine its further development in the medium and long term; 2) grouping of indicators by elements of influence (economic, environmental, social); 3) creating a map of relationships in the system; 4) systematic analysis and visualization of analysis results; 5) expert survey on the state and prospects of development of the agrarian sphere; 6) processing of examination results; 7) formation of scenarios of development of the agrarian sphere of Ukraine. The concept of foresight project “Labor potential of the agrarian sphere in the conditions of sustainability” and possible stages of its implementation are proposed.

Value/originality. The use of foresight as a tool for sustainability will allow to substantiate the goals and principles of sustainability and to build a unified future image of the agrarian sphere. The direction of further research is the introduction of the proposed methodological approach for the development of alternative scenarios of the agrarian sphere development.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ЕКСТРАПОЛЯЦІЇ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ І РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

USE OF THE EXTRAPOLATION METHOD FOR FORECASTING OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE DEVELOPMENT

УДК 339.37:339.14
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-13

Гарасим І.В.
студент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Яскал І.В.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Лопащук І.А.
к.е.н., асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

У статті досліджено динаміку оптової та роздрібної торгівлі, здійснено прогноз розвитку оптової та роздрібної торгівлі в Україні. Використано кілька методів прогнозування економічних явищ. Найпоширенішим методом короткострокового прогнозування економічних явищ є екстраполяція, зокрема, за допомогою методів екстраполяції за середнім абсолютним приростом, яка здійснюється, коли тенденція розвитку явищ є лінійною; екстраполяції на основі середнього рівня ряду, де використовується принцип, за якого прогнозований рівень дорівнює середньому значенню рівнів ряду в минулому; прогнозування за допомогою додавання лінії тренду. Результати прогнозу подано у вигляді таблиць, графіків, формул. Основні фактори, які впливають на прогноз оптового та роздрібного товарообігу, пропонується розділити на дві умовні групи, а саме стимулюючі та обмежувальні. У статті зазначено етапи побудови лінії тренду, за допомогою якої здійснено прогноз на 2019–2020 роки. З огляду на це виділено проблеми й прогнозовані перспективи розвитку оптової та роздрібної торгівлі.

Ключові слова: *торгівля, роздрібна торгівля, оптова торгівля, динаміка, прогноз, методи прогнозування, екстраполяція.*

В статье исследована динамика оптовой и розничной торговли, осуществлен прогноз развития оптовой и розничной торговли в Украине. Использовано несколько методов прогнозирования экономических явлений. Самым распространенным методом краткосрочного прогнозирования экономических явлений является экстраполяция, в частности, с помощью методов экстраполяции по среднему абсолютному приросту, которая осуществляется, когда тенденция развития явлений является линейной; экстраполяции на основе среднего уровня ряда, где используется принцип, при котором прогнозируемый уровень равен среднему значению уровней ряда в прошлом; прогнозирования с помощью добавления линии тренда. Результаты прогноза представлены в виде таблиц, графиков, формул. Основные факторы, влияющие на прогноз оптового и розничного товарооборота, предлагается разделить на две условные группы, а именно стимулирующие и ограничительные. В статье указаны этапы построения линии тренда, с помощью которой осуществлен прогноз на 2019–2020 годы. С учетом этого выделены проблемы и прогнозируемые перспективы развития оптовой и розничной торговли.

Ключевые слова: *торговля, розничная торговля, оптовая торговля, динамика, прогноз, методы прогнозирования, экстраполяция.*

In today's environment, trade is one of the key sectors of the national economy. Retail and wholesale turnover significantly influences the state of monetary circulation, the level of budget revenues, the stability of the national currency and acts as an indicator of the socio-economic development of the country, and determines the potential of export development. The article investigates the dynamics of wholesale and retail trade and forecasts the development of wholesale and retail trade in Ukraine. Several methods of forecasting economic phenomena have been used. The most common method of short-term forecasting of economic phenomena is extrapolation. In particular, the following methods were used: extrapolation by the average absolute gain, which is carried out when the trend of the phenomena is linear; extrapolation based on the average of the row level, using the principle that the predicted level is equal to the average of the row levels in the past; forecasting by adding a trend line. The results of the forecast are presented in the form of tables, graphs, formulas. The main factors that will influence the forecast of wholesale and retail turnover can be divided into two contingent groups: stimulating and restrictive. Incentives: 1) Increasing household purchasing power by raising the minimum wage; 2) improvement of household consumer sentiment in the previous year; 3) increased demand for trade services of individual enterprises of the real sector; 4) high dynamics of retail lending. The following factors were included in the restriction factors: 1) increase in prices in the consumer market; 2) decrease in demand of manufacturers of industrial intermediate goods for wholesale trade services; 3) decrease in the volume of lending to wholesale companies. Analyzing the forecast of the wholesale turnover structure, we conclude that the share of food products in the wholesale turnover is increasing, which characterizes the post-crisis situation in the country as it reduces the purchasing power of people, and thus they invest less in non-food products. Taking into account the forecast of retail trade turnover, the opposite situation is observed, i.e. the share of non-food products has increased. In the article the stages of construction of the trend line, with the help of which the forecast for 2019–2020 is made. From this point of view, the problems and projected prospects for the development of wholesale and retail trade were highlighted.

Key words: *trade, retail, wholesale, dynamics, forecast, forecasting methods, extrapolation.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах Євроінтеграції України торговельна діяльність є однією з ключових галузей національної економіки, незважаючи на певні труднощі політичного й соціально-економічного характеру. Роздрібний та оптовий товарообіг суттєво впливає на стан грошового обігу, рівень бюджетних надходжень, стійкість національної грошової одиниці та виступає індикатором соціально-економічного розвитку країни, а також визначає потенціал розвитку експорту.

Сучасний розвиток роздрібної торгівлі в Україні відбувається в умовах трансформаційних перетворень, що є складним і динамічним процесом, який зумовлений соціальними, політичними та економічними чинниками. Інвестиційна й фінансова нестабільність у країні приводить до зниження попиту на товари, послуги та формує суттєві диспропорції на споживчому ринку України, тому прогнозування роздрібного та оптового товарообігу є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку роздрібної та оптової торгівлі займалися провідні вітчизняні дослідники, зокрема Я. Жаліло [1], І. Височина [2], В. Точиліна [3], С. Давиденко [4], А. Мазаракі [5], М. Якубовський [6]. Перелічені та інші автори досліджували широке коло проблем теоретичного

та прикладного характеру, пов'язаних із регіональним функціонуванням сфери роздрібної торгівлі. Аналіз опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій та дискусій, присвячених дослідженню цієї теми, показав, що вона має багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем. Зокрема, ми вважаємо, що в сучасних економічних умовах актуальним є розгляд проблем, пов'язаних з прогнозуванням показників роздрібної та оптової торгівлі.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні доцільності застосування методів екстраполяції для визначення перспектив розвитку торгівлі. Для цього в роботі поставлено й вирішено кілька завдань. По-перше, слід розрахувати прогнозні значення показника товарообігу підприємств оптової та роздрібної торгівлі, по-друге, треба окреслити фактори, які обумовлюють вказані тенденції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш поширеним методом короткострокового прогнозування економічних явищ є екстраполяція. Екстраполяція ґрунтується на вивченні складених у сьогоденні та минулому стійких тенденцій економічного розвитку й перенесення їх на майбутнє. Екстраполяція – це метод наукового дослідження, який ґрунтується на поширенні висновків, які отримані зі спостережень за однією частиною явища, на іншу його частину. У більш вузькому розумінні вона є визначенням за рядом даних функції інших її значень поза цим рядом.

Такий прогноз визначає очікуваний варіант економічного розвитку з огляду на гіпотезу про те, що основні тенденції й чинники минулого періоду збережуться на період прогнозу, або про те, що можна врахувати й обґрунтувати напрям їх змін у розглянутій перспективі. Така гіпотеза висувається з огляду на інертність економічних процесів та явищ.

Метою такого прогнозу є демонстрація того, до яких результатів можна прийти в майбутньому, якщо рухатися до нього з тією самою швидкістю або прискоренням, що в минулому.

Залежно від особливостей зміни рівнів у рядах динаміки методи екстраполяції класифікуються на прості й складні.

Прості методи екстраполяції базуються на припущенні відносної стійкості в майбутньому абсолютних значень рівнів, середнього абсолютного приросту, середнього рівня ряду, середнього темпу зростання.

Екстраполяція за середнім абсолютним приростом здійснюється тоді, коли необхідно вважати тенденцію розвитку явища лінійною, що спостерігається в табл. 1.

Для того щоб обчислити прогнозне значення рівня, необхідно визначити середній абсолютний приріст. Після цього, знаючи рівень ряду динаміки, прийнятий за базу екстраполяції, ви маєте додати абсолютний приріст.

$$y = y_б + \overline{\Delta}, \qquad (1)$$

де $y_б$ – рівень ряду, прийнятий за базу екстраполяції; $\overline{\Delta}$ – середній абсолютний приріст; y – прогнозоване значення рівня ряду динаміки.

Всі три методи екстраполяції тренду є одними з найпростіших, але водночас одними з найбільш наближених.

Основні фактори, які будуть впливати на прогноз оптово-роздрібного товарообігу, можна поділити на дві умовні групи, а саме стимулюючі та обмежувальні.

Стимулюючі фактори – це фактори, які будуть позитивно впливати на покупця протягом прогнозованого періоду, стимулювати його купити більше товарів.

1) Підвищення купівельної спроможності домогосподарств за рахунок підвищення мінімальної заробітної плати (до 4 723 грн. з 1 січня 2020 року).

2) Покращення споживчих настроїв домогосподарств у попередньому році.

3) Збільшення попиту на торговельні послуги окремих підприємств реального сектору (за перше півріччя 2019 року будівельна активність зросла на 2,6%, переробна промисловість – на 3%). Поліпшення ситуації в галузі відбулося в більшості промислових груп, крім товарів енергетичної групи, адже випуск інвестиційних товарів зріс на 7,9%, товарів тривалого споживання – на 1,5%, товарів короткострокового споживання – на 2,3%, а проміжних товарів – на 1,6%.

Таблиця 1

Прогноз оптово-роздрібного товарообігу підприємств оптової та роздрібної торгівлі в Україні на 2019–2020 роки

Рік	Оптовий товарообіг підприємств оптової торгівлі (юридичних осіб), млн. грн	Роздрібний товарообіг підприємств роздрібної торгівлі, млн. грн
2014	987 957,0	438 342,7
2015	1 178 887,1	477 966,6
2016	1 555 965,7	555 975,4
2017	1 908 670,6	586 330,1
2018	2 195 695,7	667 044,3
2019	2 437 243	712 784,6
2020	2 678 791	758 524,9

Джерело: розроблено на основі [8]

4) Висока динаміка кредитування підприємств роздрібної торгівлі (станом на кінець червня 2019 року порівняно з кінцем червня 2018 року обсяг позик, наданих підприємствам роздрібної торгівлі, збільшився на 1,93). За підрахунками Мінекономрозвитку за піврічний період 2018 року відношення позик, наданих підприємствам роздрібної торгівлі, до товарообігу роздрібної торгівлі становило 0,39 порівняно з 0,10 за піврічний період 2017 року.

Фактори обмеження – це фактори, які будуть негативно впливати на покупця протягом прогнозованого періоду.

1) Підвищення цін на споживчому ринку станом на червень 2019 року становить 7,6%, тоді як у червні 2018 року воно становило 3,9%.

2) Зменшення попиту виробників промислових проміжних товарів на послуги оптової торгівлі, насамперед, через перешкоди, пов'язані із залізничним та автомобільним транспортуванням товарів через лінію зіткнення залізниць та автомобільних доріг у Донецькій та Луганській областях (скорочення виробництва на 2,6% у перше півріччя 2019 року).

3) Зменшення обсягу кредитування підприємств оптової торгівлі (наприкінці червня 2019 року порівняно з даними на кінець червня 2018 року кредити, надані підприємствам оптової торгівлі, зменшились на 9,3%).

Метод екстраполяції на основі середнього рівня ряду використовує принцип, за якого прогнозований рівень дорівнює середньому значенню рівнів ряду в минулому, тобто:

$$y = \bar{y}, \qquad (2)$$

де y – прогнозоване значення рівня ряду динаміки; $\bar{y}$ – середнє значення рівня ряду динаміки.

Для кращого оцінювання методу екстраполяції на основі середнього рівня розглянемо статистичні дані, представлені в табл. 2.

Проаналізувавши прогноз структури обігу оптової торгівлі, ми робимо висновок, що частка продовольчих товарів в оптовому товарообігу зростає, що характеризує посткризову ситуацію в країні, оскільки знижується купівельна спроможність людей, отже, вони вкладають менше коштів у непродовольчі товари. Враховуючи прогноз товарообігу роздрібної торгівлі, спостерігаємо протилежну ситуацію, а саме зростання частки непродовольчих товарів. Можна пояснити це тим, що підприємства роздрібної торгівлі економлять на транспортних витратах, купуючи більші партії дорогих непродовольчих товарів. Хоча обіг підприємств збільшується, фінансові результати торгових підприємств характеризуються негативними тенденціями в аналогічні періоди.

Ще один прогноз можна здійснити в Excel у графічному вигляді. На більшості типів діаграм (точкова, плоский графік або гістограма) можна зробити прогноз. Прогнозування здійснюється за допомогою додавання лінії тренду. Лінія тренду – це математично підібрана залежність, яка якомога ближче проходить до експериментальних точок. В основу підбору лінії тренду закладено метод найменших квадратів з використанням апроксимуючої лінії.

Щоби підібрати лінію тренду, потрібно здійснити такі кроки:

1. На лист Excel заносимо вихідні статистичні дані роздрібного товарообігу за певний період, за цими даними будуємо точковий графік.

2. Отримуємо залежність за апроксимуючою лінією (лінією тренду).

3. Вибираємо одну з п'яти запропонованих ліній тренду (лінійна, експоненціальна, логарифмічна, статечна або поліноміальна).

4. Отримуємо графік з лінією тренду та зазначеним рівнянням і величиною достовірності.

5. Для отримання графічного відображення прогнозу на 2 періоди вперед встановлюємо показник на лінії тренду, викликаємо контекстне меню, вибираємо режим формату лінії тренду, на вкладці параметрів зазначаємо параметри прогнозу, а саме кількість періодів вперед або назад.

Рис. 1 ілюструє залежність товарообігу України в роздрібній торгівлі від її ВВП, що може бути виражено таким рівнянням регресії:

$$Y = 0{,}836X - 408517{,}7,$$

де Y – товарообіг роздрібної торгівлі України; X – номінальний ВВП України.

Таблиця 2

Прогноз структури підприємств роздрібної та оптової торгівлі в Україні на 2019 рік

Рік	Оптовий товарообіг		Роздрібний товарообіг	
	частка групи продовольчих продуктів, %	частка групи непродовольчих товарів, %	частка групи продовольчих продуктів, %	частка групи непродовольчих товарів, %
2014	20,6	79,4	40	60
2015	19,5	80,5	39,5	60,5
2016	17,6	82,4	38,9	61,1
2017	19,7	80,3	40,2	59,8
2018	18,6	81,4	41,1	58,9
2018 до 2017	-1,1	+1,1	+0,9	-0,9
Прогноз 2019	19,5	80,5	39,9	60,1

Джерело: розраховано за даними [8]

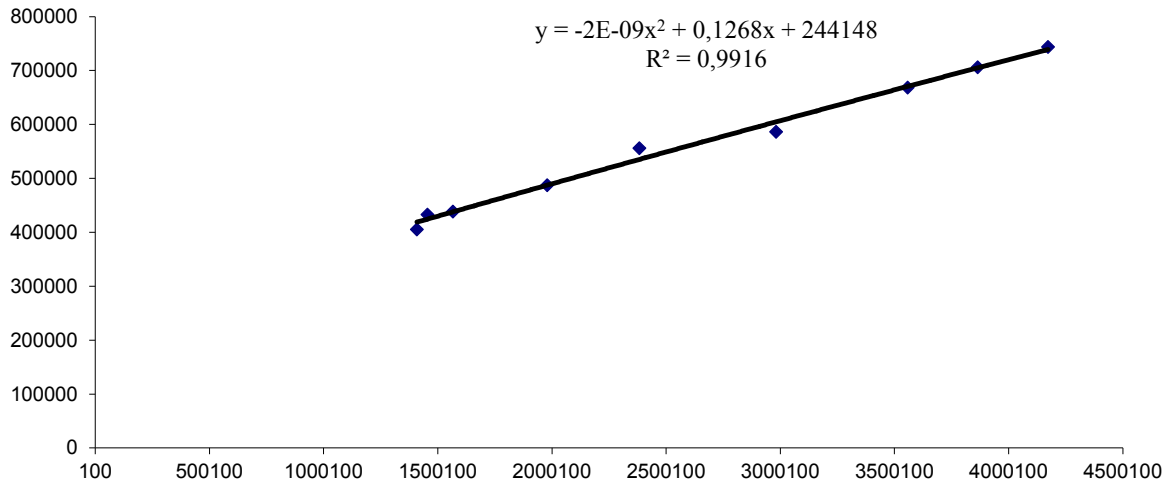


Рис. 1. Співвідношення товарообігу в роздрібній торгівлі України та номінального ВВП

Джерело: власні розрахунки на основі [8]

Отже, за допомогою лінії тренду ми прогнозуємо роздрібний товарообіг країни на 2019 рік: Y2019 = 744 092,8; на 2020 рік: Y2020 = 755 618,9.

Отже, згідно з отриманим прогнозом, динаміка торговельної галузі насамперед визначатиметься роздрібною торгівлею. Основним фактором, що впливатиме на неї, буде споживчий попит за рахунок підвищення реальної заробітної плати та поступового збільшення пропозиції імпортних споживчих товарів. Постійне пожвавлення ділової активності в економіці буде позитивним фактором (за даними Національного банку України, у другому кварталі 2019 року респонденти всіх видів бізнесу очікують пожвавлення бізнесу протягом наступних 12 місяців).

З огляду на прогноз можна виділити проблеми й перспективи розвитку оптової та роздрібної торгівлі, які наведені в табл. 3.

Сьогодні найбільшою проблемою для торгових підприємств є значне зростання інфляції, що привело до швидкого зростання вартості іноземної валюти, зростання цін та зниження купівельної спроможності споживачів. На торгових підприємствах обсяг роздрібного товарообігу зменшується через неможливість формування достатнього товарного запасу через припинення будівельних проєктів у всіх областях та регіонах України та зменшення товарного асортименту тощо.

Вищезазначені тенденції безпосередньо впливають на скорочення доходів торгових підприємств. Характерною особливістю торгових підприємств є оптимізація витрат на управління персоналом. Існує надмірність, поєднуючи різні обов'язки працівників у єдину систему ефективного виконання завдань. Торговий процес характеризується наявними технологіями, які можуть забезпечити рух товару до кінцевого споживача. Для підприємств роздрібної та оптової торгівлі також типовим є залучення до торгового процесу логістики, маркетингу, системи стандартизації, системи сертифікації, які здатні забезпечити найвищу якість товарів та торгівлі. Персонал з експлуатації та продажу повинен перш за все забезпечувати ефективну та вигідну ділову діяльність підприємств оптової та роздрібної торгівлі.

Сьогодні особливістю торговельних мереж є великий досвід національних підприємств з управління торгівлею та використання світового досвіду особливо після того, як велика кількість зовнішньоторговельних операторів вийшла на споживчий ринок. Однією з проблем підприємств роздрібної та оптової торгівлі є також значна нестача ресурсів. У зв'язку з цим виникає потреба визначення оптимального обсягу ресурсів для комерційних операцій торгових компаній, а також надання альтернативних каналів їх залучення з мінімальними ризиками та витратами у разі збільшення додаткових потреб у ресурсах. Щодо оптової торгівлі, то централізована доставка оптових товарів в оптимальних партіях, асортимент, доповнений товарами різних виробників, оптимальна частота доставки забезпечують стабільність та належну повноту асортименту товарів у роздрібній торгівлі. Це особливо важливо для мережевих рітейлерів, кількість яких у роздрібній мережі значна. Загалом за рахунок збільшення розміру товарних партій витрати на перевезення та виконання інших функцій, пов'язаних з товарообігом, знижуються. В результаті цього ціни на товари знижуються, а попит на них зростає. Оптові посередники є важливими ланками в логістичних системах, які слід створити на всіх товарних ринках, що можуть сприяти правильному їх розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, прогнозована частка продовольчих товарів в оптовому товарообігу зростає, що характеризує посткризову ситуацію в країні, оскільки знижується купівельна спроможність людей, отже, вони вкладають менше коштів у непродовольчі товари. Вра-

Таблиця 3

Проблеми та прогнозовані перспективи розвитку підприємств оптової та роздрібної торгівлі

№	Проблеми	Перспективи розвитку
1	Економічна криза, яка спричинила інфляцію та високий рівень знецінення гривні, отже, величезний приріст курсу долара, що безпосередньо впливає на ціну товарів.	Зростання внутрішнього виробництва, яке стане можливим за таких умов: – надання певних переваг виробникам з боку держави; – мінімізація податкового навантаження, що стане першим кроком на шляху до зменшення тіньового сектору оптової та роздрібної торгівлі; – розроблення банками системи кредитування за вигідними та більш лояльними процентними ставками.
2	Скорочення внутрішнього виробництва товарів, що приводить до збільшення імпорту.	
3	Надмірне податкове навантаження, що спричинене тіньовою економікою в торгівлі. Підвищення ввізного мита на непродовольчі товари, зокрема побутову техніку та електроніку.	
4	Велика кількість неоднозначних тверджень у нормативно-правових актах щодо роздрібної та оптової торгівлі.	Необхідність більш ефективного та державного регулювання. Активне залучення міжнародних експертів до співпраці.
5	Зростання постійних витрат, таких як вартість оренди; тарифи на комунальні послуги; транспортні витрати через зростання витрат на пальне; індексація заробітної плати та зростання її мінімального розміру.	Залучення додаткових коштів та зменшення витрат за рахунок здачі в оренду вільних приміщень; економії електроенергії, переходу на більш економічні засоби опалення; придбання більш економних автомобілів, а також укладення нових, вигідніших контрактів з перевізниками, скорочення відстані поставок; надмірності завдяки покращенню навичок інших працівників.
6	Нагромадження дебіторської заборгованості, що викликає відплив коштів з обігу.	Визначення оптимальної суми дебіторської заборгованості, скорочення строків, а також необхідні зміни щодо погашення.
7	Зменшення купівельної спроможності людей.	Використання маркетингових методів, таких як створення системи бонусів для клієнтів; проведення сезонних та періодичних розпродажів, акцій та знижок; продаж продуктів, орієнтованих на споживачів з різним рівнем доходу.
8	Недостатній рівень інвестицій та державної підтримки.	Пошук інвесторів через співпрацю з іноземними компаніями, випуск цінних паперів.
9	Велика кількість підроблених та неякісних товарів.	Поліпшене гарантійне обслуговування, посилення контролю над постачальниками.

Джерело: розроблено на основі [8]

ховуючи прогноз товарообігу роздрібної торгівлі, бачимо протилежну ситуацію, а саме зростання частки непродовольчих товарів. Можна пояснити це тим, що підприємства роздрібної торгівлі економлять на транспортних витратах, купуючи більші партії дорогих непродовольчих товарів. За допомогою лінії тренду ми спрогнозували роздрібний товарообіг країни, який мав на 2019 рік таке значення: Y2019 = 744 092,8, а на 2020 рік таке значення: Y2020 = 755 618,9. Згідно з прогнозом роздрібний товарообіг протягом 2019–2020 років збільшиться. Основними факторами, що визначатимуть ситуацію, будуть споживчий попит за рахунок підвищення реальної заробітної плати та поступового збільшення пропозиції імпортних споживчих товарів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жаліло Я., Кононенко К., Яблонський В. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2014. 129 с.

2. Височин І. Роздрібний товарооборот підприємств як індикатор соціально-економічного розвитку. *Економіка України*, 2013, № 7. С. 34–43.

3. Точилін В., Осташко Т., Пустовойт О. Ринки реального сектору економіки України: структурно-інституціональний аналіз. Київ : Інститут економіки та прогнозування, 2009. 640 с.

4. Давиденко С. Вплив розширення внутрішнього ринку на економічне зростання України. *Стратегічні пріоритети*. 2006. С. 93–101.

5. Мазаракі А. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції. *Економіка України*. 2011. С. 17–26.

6. Якубовський М. Внутрішній ринок як дзеркало проблем української промисловості. *Економіка України*. 2012. С. 4–15.

7. Яскал О., Ксенофонтова А. Вендинговий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку автоматизованої торгівлі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. С. 12–15.

8. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 23.11.2019).

REFERENCES:

1. Zhalilo A., Kononenko K., Yablons'kyy V. (2014) Systemna kryza v Ukrayini: peredumovy, ryzyky, shlyakhy podolannya: analit. dop. [Systemic crisis in Ukraine: preconditions, risks, ways of overcoming: analytical report]. Kyiv: NISD.

2. Vysochyn I. (2013) Rozdribnyy tovarooborot pidpryyemstv yak indykator sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku. [Retail trade turnover of enterprises as an indicator of socio-economic development]. *Economy of Ukraine*, no. 7, pp. 34–43.

3. Tochylin V., Ostashko T., Pustovoyt O. (2009) Rynky real'noho sektoru ekonomiky Ukrayiny: strukturno-instytutsional'nyy analiz. [Real Sector Markets in Ukraine: A Structural-Institutional Analysis] / NAS of Ukraine, Institute of Economics and Forecasting. Kyiv.

4. Davydenko S. (2006) Vplyv rozshyrennya vnutrishn'oho rynku na ekonomichne zrostannya Ukrayiny. [Influence of domestic market expansion on economic growth of Ukraine]. *Strategic Priorities*, pp. 93–101.

5. Mazaraki A. (2011) Rynok spozhyvchykh tovariv v Ukrayini: postkryzovi tendentsiyi. [Consumer goods market in Ukraine: post-crisis trends]. *Economy of Ukraine*, pp. 17–26.

6. Yakubovs'kyy M. (2012) Vnutrishniy rynok yak dzerkalo problem ukrayins'koyi promyslovosti. [Internal market as a mirror of problems of Ukrainian industry]. *Economy of Ukraine*, pp. 4–15.

7. Yaskal O., Ksenofontova A. (2019) Vendynhovyy biznes v Ukrayini: problemy ta perspektyvy rozvytku avtomatyzovanoyi torhivli. [Vending business in Ukraine: problems and prospects of automated trade development. *Black Sea Economic Studies*. Issue 46, pp. 12–15.

8. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 23 November 2019).

Harasym Ivan
Student
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Yaskal Ihor
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Business, Trade and Stock Activity
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Lopashchuk Inna
Candidate of Economic Sciences,
Assistant Lecturer at Department of Business, Trade and Stock Activity
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

USE OF THE EXTRAPOLATION METHOD FOR FORECASTING OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE DEVELOPMENT

The purpose of the article. In today's environment, trade is one of the key sectors of the national economy. Retail and wholesale turnover significantly influences the state of monetary circulation, the level of budget revenues, the stability of the national currency and acts as an indicator of the socio-economic development of the country, and also determines the potential of export development.

Methodology. The article investigates the dynamics of wholesale and retail trade and forecasts the development of wholesale and retail trade in Ukraine. Several methods of forecasting economic phenomena have been used. The most common method of short-term forecasting of economic phenomena is extrapolation. In particular, the following methods were used: extrapolation by the average absolute gain, which is carried out when the trend of the phenomena is linear; extrapolation based on the average of the row level, using the principle that the predicted level is equal to the average of the row levels in the past; forecasting by adding a trend line. The results of the forecast are presented in the form of tables, graphs, formulas.

Results. The main factors that will influence the forecast of wholesale and retail turnover can be divided into two contingent groups: stimulating and restrictive. Incentives: 1) Increasing household purchasing power by raising the minimum wage; 2) improvement of household consumer sentiment in the previous year; 3) increased demand for trade services of individual enterprises of the real sector; 4) high dynamics of retail lending. The following factors were included in the restriction factors: 1) increase in prices in the consumer market; 2) decrease in demand of manufacturers of industrial intermediate goods for wholesale trade services; 3) decrease in the volume of lending to wholesale companies.

Analyzing the forecast of the wholesale turnover structure, we conclude that the share of food products in the wholesale turnover is increasing, which characterizes the post-crisis situation in the country as it reduces the purchasing power of people, and thus they invest less in non-food products. Taking into account the forecast of retail trade turnover, the opposite situation is observed, i. e. the share of non-food products has increased.

In the article the stages of construction of the trend line, with the help of which the forecast for 2019–2020 is made. From this point of view, the problems and projected prospects for the development of wholesale and retail trade were highlighted.

Practical implications. Using the extrapolation method, as shown in the article, allows you to develop forecasts for certain indicators of wholesale and retail trade for the future. This approach also provides the basis for further research and for identifying the individual factors that have the most significant impact on the future dynamics of the indicator under study.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СПЕЦИФІКИ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

IDENTIFICATION OF NATIONAL AND TRANSNATIONAL INNOVATION SYSTEMS SPECIFICS

УДК 338.24:330.341.1:504.062
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-14

Кравченко С.І.
к.е.н., доцент, віце-президент
Інститут розвитку міжнародної співпраці

У статті запропоновано науково-методичний підхід до ідентифікації основних специфічних рис розвитку базових типів транснаціональних інноваційних систем у розрізі особливостей функціонування виробничо-економічного, державно-політичного, науково-освітнього та соціокультурного комплексів національних інноваційних систем на локальному та глобальному рівнях. Доведено, що велика частина (понад 60%) проблем розвитку у лідерів і аутсайдерів в межах кожного типу транснаціональної інноваційної системи є однаковою, тим самим формуючи кластерну специфіку. Виявлено міжтипові особливості розвитку національних інноваційних систем: загальносвітові пріоритетні тенденції розвитку, що задані світовими лідерами в інноваційній сфері, та специфічні, які породжують проблеми простого перенесення успішного досвіду однієї країни на іншу (перехід країни з одного кластера до іншого). Перспектива використання запропонованого інструментарію полягає у можливості проведення варіативних аналітико-прогнозних досліджень в частині обґрунтування оптимальних напрямів подальшого інноваційного розвитку країни в розрізі загальносвітових і кластерних тенденцій.

Ключові слова: *інноваційна система, ідентифікація, характерні особливості, розвиток, цільові орієнтири, локальний та глобальний рівень.*

В статье рассматривается научно-методический подход к идентификации основных специфических черт развития базовых типов транснациональных инновационных систем в разрезе особенностей функционирования производственно-экономического, государственно-политического, научно-образовательного и социокультурного комплексов национальных инновационных систем на локальном и глобальном уровнях. Доведено, что большая часть (более 60%) проблем развития у лидеров и аутсайдеров в пределах каждого типа транснациональной инновационной системы является одинаковой, формируя кластерную специфику. Выявлены межтиповые особенности развития национальных инновационных систем: общемировые приоритетные тенденции развития, заданные мировыми лидерами в инновационной сфере, и специфические, которые порождают проблемы простого переноса успешного опыта одной страны на другую (перехода страны из одного кластера в другой). Перспектива использования предложенного инструментария заключается в возможности проведения вариативных аналитико-прогнозных исследований в части обоснования оптимальных направлений дальнейшего инновационного развития страны в разрезе общемировых и кластерных тенденций.

Ключевые слова: *инновационная система, идентификация, характерные особенности, развитие, целевые ориентиры, локальный и глобальный уровень.*

The article proposes a scientific and methodological approach to identifying the main specific features of the development of the basic types of transnational innovation systems in the context of the features of the functioning of the industrial and economic, scientific and educational, state-political and sociocultural complexes of national innovation systems at the local and global levels. The content of the approach is revealed by the phased solution of three tasks. First, using the methods of cluster analysis and genetic algorithms, the basic types of transnational innovative systems were determined and 95 innovative systems of different world's countries were distributed between them (148 quantitative and qualitative indicators were used). Secondly, leaders and outsiders are identified in each type of transnational innovation system, based on three globally recognized ratings: The Global Innovation Index, The Global Competitiveness Index, and Human Development Index. Thirdly, with the methods of genetic reduction, ranking and Pareto selection by comparing the images of the leader and the outsider in each cluster with the image of the world leader and subsequent separation of the general targets for the development of the basic types of transnational innovation systems revealed local and global features of their functioning. As a criterion parameter for comparison, the matrix distance between the images that are compared, was used. It is proved that the majority (more than 60%) of the problems for leaders and outsiders within each type are the same, thereby reflecting the cluster specifics. The intertype features of NIS development were identified: global priority development trends set by world leaders in the innovation sphere, and specific ones that explain the problems of simply transferring the successful experience of one country to another (moving a country from one cluster to another). The prospect of using the proposed tools lies in the possibility of conducting varied analytical and forecasting studies in terms of justifying the optimal directions for further innovative development of individual countries in the context of global and cluster trends.

Key words: *innovation system, identification, characteristics, development, targets, local and global level.*

Постановка проблеми. Виходячи з еволюційного та неоінституційного підходів до функціонування національних інноваційних систем (НІС), окремі дослідники, у тому числі засновники концепції [1–3 та ін.], дотримуються думки, що попри універсальні структурні компоненти та деякі риси, кожна національна інноваційна система є унікальною та неповторною. Проте в низці інших робіт [4–6 та ін.] висувається гіпотеза про існування декількох характерних типів наднаціональних або транснаціональних інноваційних систем (ТНІС), до яких із певним ступенем наближення відносяться всі національні макроекономіки у світі. Прихильники цієї гіпотези обґрунтовують існування загальних закономірностей розвитку НІС та на цьому підґрунті розробляють класифікації базових типів інноваційних систем, які виходять за межі адміністративних кордонів конкретної країни.

Однією з основних гіпотез дослідження є твердження, що кожен тип ТНІС має свої стійкі та уні-

кальні характерні особливості, які значною мірою визначають параметри поведінки та можливості відповідних йому НІС. У зв'язку з цим вектори розвитку кожної окремої національної інноваційної системи наскільки широкі через власну ідентичність, настільки можуть істотно обмежуватися цими особливостями різних типів транснаціональних інноваційних систем. Саме тому стратегії розвитку кожної окремої НІС необхідно аналізувати тільки з урахуванням специфіки відповідних типів ТНІС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорією та практикою встановлено багато специфічних інституційних особливостей окремих НІС, які з високим ступенем вірогідності можуть бути екстрапольовані на НІС інших країн [7; 8]. У цьому аспекті певний інтерес для України становлять результати аналізу НІС країн, які раніше входили до складу СРСР і також відчули вплив деградації й довгого періоду труднощів, пов'язаних із періодом перехідної економіки.

Так, згідно з А.Г. Фонотовим [9] та ін., з погляду інституціональної теорії, російська соціально-економічна дійсність є яскравим прикладом існування та самовідтворення стійких неефективних інститутів – інституційних пасток. При цьому регулювання і реформування російської НІС, у термінології М. Малкіної [10], обтяжене одночасним впливом шести типів інституційних пасток: (1) психологічною неготовністю, (2) рентоорієнтованою поведінкою, (3) наздоганяючим розвитком і копіюванням, (4) небажанням бізнесу інвестувати у власний розвиток, (5) пастками системи суспільних фінансів, (6) імітацією інноваційної діяльності. Саме тому окремі дослідники вважають, що "сучасна НІС Росії втрачає переваги радянської системи: високу якість і масштабність наукових досліджень, соціалізацію знань, підтримку висококваліфікованих фахівців та їхній високий соціальний статус та ін." [9].

Деякі з наведених інституційних пасток є характерними для НІС інших країн, де домінують неформальні інститути екстрактивного типу або змішані екстрактивно-інклюзивні інститути, у тому числі НІС України та країн Східної Європи, Південної Америки, Африки.

Визнаючи базову концепцію НІС загалом, слід відзначити, що важливим аспектом функціонування інноваційної системи є те, що вона не статична, а трансформується в часі та просторі специфічним чином, зумовленим багатьма факторами. Саме тому питання виявлення загальних закономірностей у розвитку інноваційних систем та певного їхнього групування є актуальними та заслуговують на увагу.

Постановка завдання. Беручи до уваги той факт, що найважливішим аспектом сучасної глобалістики виступає дослідження проєкції глобальних процесів на локальні системи, метою роботи є ідентифікація основних специфічних рис розвитку базових типів ТНІС на локальному та глобальному рівнях у розрізі особливостей функціонування виробничо-економічного, державно-політичного, науково-освітнього та соціокультурного комплексів НІС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність запропонованого методико-методологічного підходу до ідентифікації специфіки функціонування базових ТНІС розкривається у таких етапах.

1. Визначення базових типів ТНІС та віднесення різних країн до їхнього складу. Віддаючи належне наявним напрацюванням з таксономії ТНІС, у роботі використано авторський варіант [11; 12], який враховує коеволюцію елементів чотирьохланкової спіралі розвитку та охоплює репрезентативну вибірку країн.

Так, у результаті кластерного аналізу вибірки з 95 країн світу за 148 кількісними та якісними показниками, які всебічно характеризують комплекси НІС, із використанням генетичних алгоритмів виділено чотири кластери – базових типи ТНІС (табл. 1).

2. Встановлення лідерів і аутсайдерів у кожному типі ТНІС. Є багато рейтингів, які характеризують успішність країн, у тому числі й в інноваційній сфері. У роботі для встановлення лідерів та аутсайдерів як в загальносвітовому розрізі, так і кластерному/типовому було використано інтегральний показник, розрахований на основі трьох загальновизнаних у світі рейтингів: "Глобальний індекс інновацій" (The Global Innovation Index – GII), "Індекс глобальної конкурентоспроможності" (The Global Competitiveness Index – GCI), а також "Індекс людського розвитку" (Human Development Index – HDI):

$$N_i = \sqrt[3]{GII_i \times GCI_i \times HDI_i} \quad , (1)$$

де "GII^*_i" – стандартизоване значення рейтингу (2019 р.) для і-ї країни;

"GCI^*_i" – стандартизоване значення рейтингу (2019 р.) для і-ї країни;

"HDI^*_i" – стандартизоване значення рейтингу (2018 р.) для і-ї країни.

Такий підхід дає змогу детально охопити всі чотири комплекси НІС і забезпечити певну збалансованість оцінки досягнень різних країн у сфері інновацій, а також ступеня задоволеності суспільства цими результатами. Основні параметри ранжування наведені в табл. 1. Більш детально підхід описаний в роботах [12, 13].

3. Визначення локальних і глобальних особливостей базових ТНІС. На початку дослідження для кластерізації було використано 148 показників, які є складниками індексів GII, GCI, HDI. Для цього етапу за допомогою генетичних алгоритмів відібрано лише ті, які зробили найбільший вплив на формування кластерів. Кількість аналізованих параметрів/показників становила 86 (детальніше див. [12; 13]).

Таблиця 1

Характеристика базових типів ТНІС

Тип та назва ТНІС	Перелік країн та рейтинг за (Ni)		Загальна характеристика
ТИП "А" Розвинені країни з інститутами переважно інклюзивного типу	Швейцарія 0,97 Швеція 0,94 США 0,94 Нідерланди 0,92 Вел. Британія 0,91 Німеччина 0,90 Фінляндія 0,89 Данія 0,88 Японія 0,85 Корея, респ. 0,84 Канада 0,84	Ірландія 0,84 Ізраїль 0,84 Норвегія 0,82 Франція 0,82 Австралія 0,81 Люксембург 0,80 Ісландія 0,79 Австрія 0,78 Нова Зеландія 0,78 Естонія 0,72 Мальта 0,70	Високоефективний тип НІС – за показниками науково-освітнього комплексу, економічної ситуації та інституційного середовища займає перші місця; за розвитком соціокультурного середовища – другу позицію.
ТИП "В" Країни, що розвиваються, зі змішаними екстрактивно-інклюзивними інститутами з сильно вираженою соціокультурною складовою (переважно мусульманського та буддійсько-індуїстського типів)	Китай 0,70 Таїланд 0,53 Саудівська Аравія 0,50 Кувейт 0,47 Бруней Даруссалам 0,45 Бахрейн 0,44 Оман 0,44 Панама 0,42 Маврикій 0,42 Індія 0,42 Азербайджан 0,38 Індонезія 0,37 Йорданія 0,36		Помірно ефективний тип НІС – за рівнем розвитку науково-освітнього комплексу знаходиться на третьому місці, згідно з виробничо-економічною та державно-політичною класифікаційними ознаками займає другі місця і перше – за рівнем соціокультурного розвитку.
ТИП "С" Розвинені країни та країни, що розвиваються, зі змішаними екстрактивно-інклюзивними інститутами з сильно вираже-ною неформальною складовою (у т.ч. пострадянського типу)	Іспанія 0,73 Чехія 0,72 Італія 0,69 Португалія 0,65 Польща 0,61 Латвія 0,61 Словаччина 0,61 Угорщина 0,61 Греція 0,55	Росія 0,54 Румунія 0,51 Хорватія 0,51 Чорногорія 0,50 Грузія 0,48 Україна 0,47 Сербія 0,45 Вірменія 0,43 Монголія 0,40	Менш ефективний тип інноваційної системи – переважно займає передостаннє третє місце за всіма класифікаційними ознаками, за винятком науково-освітнього комплексу, за яким перебуває на другому місці.
ТИП "D" Країни, що розвиваються, з інститутами переважно екстрактивного типу	Мексика 0,49 Туреччина 0,49 Коста-Ріка 0,49 Філіппіни 0,44 В'єтнам 0,44 Бразилія 0,43 Іран 0,42 Аргентина 0,42 Південна Африка 0,41 Марокко 0,36 Тринідад і Тобаго 0,34 Ліван 0,34 Домінікана 0,33	Кенія 0,29 Єгипет 0,28 Парагвай 0,27 Намібія 0,23 Сальвадор 0,21 Гондурас 0,21 Камбоджа 0,21 Алжир 0,20 Гана 0,19 Пакистан 0,18 Бангладеш 0,14 Нігерія 0,12 Нікарагуа 0,08 Малаві 0,06 Малі 0,06	Низько ефективний тип інноваційної системи – займає останнє четверте місце за всіма класифікаційними ознаками.

Джерело: складено автором

У процесі визначення специфіки базових ТНІС об'єктами аналізу виступають по два представники кожного типу – лідер та аутсайдер. Однак з метою підвищення об'єктивності кінцевих результатів дослідження проведено не для окремих країн, а в розрізі усереднених лідерів та аутсайдерів. Іншими словами, в розрахунках використовуються параметри центрів умовних підкластерів, які складаються з трьох країн – так звані "образи". Набір країн для формування образів наведений у табл. 2.

В узагальненому вигляді процедура визначення локальних і глобальних особливостей базових ТНІС наведена на рис. 1.

Таким чином, *визначення локальних особливостей* базових ТНІС здійснюється в межах кожного окремого типу шляхом порівняння образу лідера та

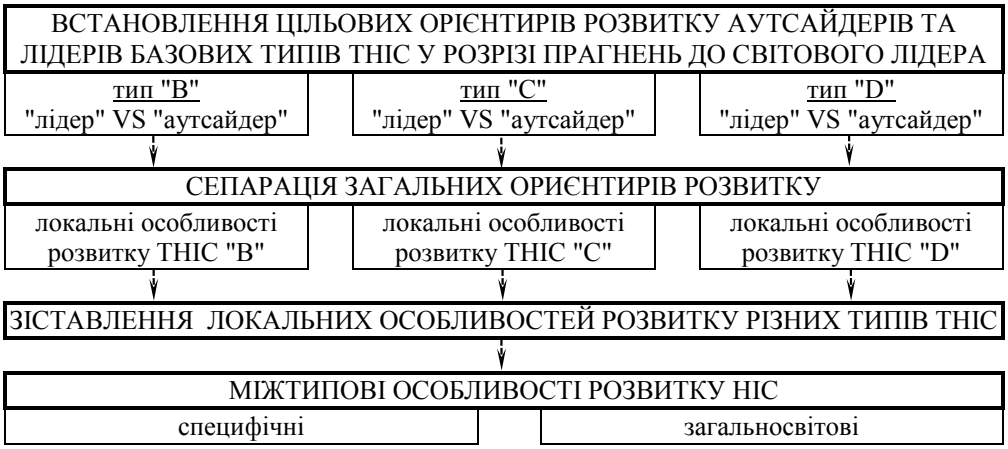
Таблиця 2

Об'єкти порівняння для ідентифікації специфіки ТНІС

Об'єкти порівняння	Тип ТНІС			
	"A"	"B"	"C"	"D"
Лідери	Швейцарія, Швеція, Нідерланди	Китай, Таїланд, Саудівська Аравія,	Іспанія, Чехія, Італія	Мексика, Туреччина, Коста-Ріка
Аутсайдери	Нова Зеландія, Естонія, Мальта	Азербайджан, Індонезія, Йорданія	Сербія, Вірменія, Монголія	Нікарагуа, Малаві, Малі

Примітка: виходячи з інформації табл. 1 як образ світового лідера можуть виступати лідери ТНІС типу "A"

Джерело: складено автором



Примітка: ТНІС типу "A" на даному етапі було виключено з аналізу з огляду на те, що країни-світові лідери є його представниками

Рис. 1. Схематична інтерпретація процесу ідентифікації базових ТНІС в розрізі досягнень світових лідерів

Джерело: складено автором

аутсайдера кластера з образом світового лідера й подальшим сепаруванням загальних цільових орієнтирів розвитку кожного типу ТНІС (в розрізі 86 показників), виходячи з досягнень цього лідера. *Ідентифікація глобальних особливостей* здійснюється методом порівняння та сепарування локальних особливостей різних типів ТНІС з подальшим виділенням кластерних/типових відмінностей та подібностей.

Як критеріальний параметр для порівняння використовується матрична відстань між аналізованим об'єктом (образ НІС лідера або аутсайдера) і об'єктом порівняння – орієнтиром (образ світового лідера). Вважається, що сукупність генетично відібраних показників різнобічно характеризує результативність функціонування кожної НІС окремо та досить об'єктивно визначає її розташування відносно інших. Тобто матрична відстань між об'єктами може виступати інтегральною мірою їхнього порівняння: чим менше величина зазначеної відстані, тим більш схожі об'єкти, які зіставляються.

При цьому не всі показники однаково впливають на відстань між об'єктом, який аналізується, та цільовим орієнтиром. Як параметр для подальшого ранжування та відсіювання показників використано розрахунковий "ваговий коефіцієнт". Ідея полягає у визначенні тих параметрів, які найбільш сильно різняться від середніх значень цільового орієнтира, адже саме вони здатні забезпечити значне наближення аналізованого об'єкта (НІС) до нього (детальніше див. [14]).

Далі в роботі наведені основні результати ідентифікації специфіки функціонування трьох базових ТНІС.

Так, у випадку з ТНІС типу "B" – *країни, що розвиваються, зі змішаними екстрактивно-інклюзивними інститутами з сильно вираженою соціокультурною складовою* – графічна інтерпретація ситуації наведена на рис. 2.

Використовуючи запропонований методико-методологічний підхід, для образу лідера та аутсайдера окремо було визначено показники, які найбільш сильно різняться від середніх значень цільового орієнтира. Зіставлення отриманих результатів показує, що в цьому разі з 86 генетично відібраних показників 42 за Парето-селекцією є найбільш важливими або для лідера, або аутсайдера, а 26 з них – однакові для обох. Таким чином, слід відзначити високий (26/42 ≈ 62%) ступінь збігу "проблем" розвитку "сильних" і "слабких" представників ТНІС типу "B", що цілком можна трактувати як загальні характерні риси. Більш детально в розрізі основних комплексів НІС інформація наведена в табл. 3.

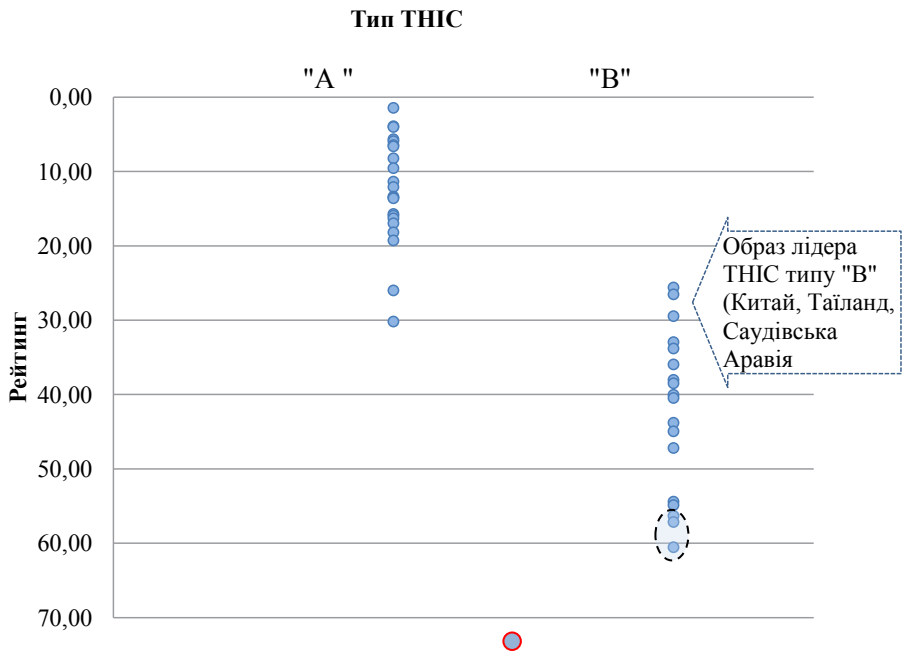


Рис. 2. Графічна інтерпретація векторів розвитку лідерів та аутсайдерів ТНІС типу "В"

Джерело: складено автором

Узагальнюючи отриману інформацію, можна вказати на низку таких характерних рис для ТНІС типу "В":

(а) серед параметрів є три: "релігія", "середня температура найхолоднішого місяця" та "середня температура жаркого місяця", які слід віднести до звичайних природних відмінностей, непідвладних політичному впливу в розрізі середньострокового планування розвитку НІС;

(б) більша частина показників (18 з 26) відносяться або до групи науково-освітніх (7) або державно-політичних (11);

(в) у розрізі всіх комплексів НІС як для лідерів, так і аутсайдерів, найбільш пріоритетними є: "Патенти", "Витрати на охорону здоров'я", "Фіксовані широкосмугові підписки" та "Бізнес вплив туберкульозу";

(г) найбільше значення в наближенні до світових лідерів як для "сильних", так і "слабких" представників цього типу ТНІС мають параметри "Патенти", що зайвий раз підкреслює вагомість ефективності та результативності науково-освітньої складової в прискоренні інноваційного розвитку, а також "Фіксовані широкосмугові підписки", що обумовлено актуальністю та високими темпами цифровізації суспільства.

Проведені аналогічним чином дослідження основних цільових орієнтирів для країн лідерів і аутсайдерів ТНІС типу "С" – *розвинені країни та країни, що розвиваються, зі змішаними екстрактивно-інклюзивними інститутами з сильно вираженою неформальною складовою (у т.ч. пострадянського типу)* – куди входить і Україна, свідчать про те, що з 86 генетично відібраних показників 35 є найбільш важливими або для лідера, або аутсайдера, а 21 з них – однакові. Іншими словами, ступінь збігу "проблем" розвитку у всіх представників цього типу ТНІС також можна визначити високим (21/35 = 60%). Більш детально загальні параметри в розрізі основних комплексів НІС наведені в табл. 4.

Узагальнюючи отриману інформацію, можна вказати на низку таких специфічних рис для ТНІС типу "С":

(а) серед загальних параметрів, які характеризують НІС лідерів і аутсайдерів, повністю відсутні показники соціокультурної групи, що скоріше свідчить про більшу пріоритетність інших трьох комплексів чотириланкової спіралі розвитку, ніж про їхню низьку значущість;

(б) понад 70% показників (15 з 21) відносяться до групи державно-політичних, що з урахуванням їхньої "ваги" (Ki) явно підкреслює негативні перекоси в ефективності сформованого інституційного середовища;

(в) у розрізі окремих комплексів НІС для лідерів найбільш пріоритетною проблемою в державно-політичному комплексі є "Фаворитизм у рішеннях державних чиновників", в той час як для аутсайдерів – "Здатність країни зберігати талант", а ось параметри "Патенти" і "Якість доріг "є загальними пріоритетами;

(г) найбільше значення в наближенні до світових лідерів для обох образів має параметр "Патенти".

Дослідження основних цільових орієнтирів розвитку для лідерів і аутсайдерів ТНІС типу "D" –

Таблиця 3

Характерні особливості ТНІС типу "В"

лідер тип "А"	лідер тип "В"	*Ki*	Показник	*Ki*	аутсайдер тип "В"	лідер тип "А"
276,6	9,37	6,06	Патенти, кількість заявок на млн.чол.	6,57	0,34	276,6
6,10	4,22	1,59	Якість науково-дослідних установ, бали	1,68	4,18	6,10
5,63	3,92	1,58	Витрати компаній на НДДКР, бали	1,38	4,04	5,63
5,53	3,99	1,50	Співпраця університетів та промисловості в НДДКР, бали	1,48	4,01	5,53
5,49	4,24	1,22	Ступінь підготовки персоналу, бали	1,12	4,30	5,49
5,62	4,10	1,03	Якість початкової освіти, бали	0,82	4,27	5,62
6,00	4,54	0,94	Доступ до Інтернету в школах, бали	0,76	4,70	6,00
9,07	4,07	2,33	Витрати на охорону здоров'я,% від ВВП	4,08	2,50	9,07
5,98	4,56	1,00	Якість доріг, бали	1,38	4,32	5,98
42,34	9,85	0,99	Виробіток відновлюваної електроенергії, % від загального обсягу	1,24	6,27	42,34
6,17	4,53	0,96	Якість загальної інфраструктури, бали	1,08	4,44	6,17
40,55	13,13	3,54	Фіксовані широкосмугові підписки (на 100 осіб)	4,87	8,64	40,55
6,01	4,25	2,10	Етична поведінка фірм, бали	1,56	4,51	6,01
5,88	4,26	1,54	Можливості для інновацій, бали	0,97	4,60	5,88
5,93	4,68	1,52	Співпраця в трудових відносинах, бали	1,27	4,80	5,93
5,92	4,39	1,49	Якість місцевих постачальників, бали	1,26	4,52	5,92
6,15	4,35	1,45	Характер конкурентної переваги, бали	1,86	4,12	6,15
90,30	53,47	1,43	Особи, які користуються Інтернетом, % населення	1,61	51,48	90,30
6,20	4,57	1,14	Нерегулярні платежі та хабарі, бали	1,74	4,20	6,20
5,44	4,21	1,05	Ефективність антимонопольної політики, бали	1,09	4,20	5,44
5,44	4,25	1,04	Контроль міжнародного поширення, бали	1,29	4,13	5,44
5,39	4,02	0,93	Фаворитизм у рішеннях державних чиновників, бали	0,95	4,01	5,39
15,63	29,17	2,48	Середня температура жаркого місяця, 0С	1,57	26,33	15,63
6,00	3,33	1,36	Релігія	1,75	3,00	6,00
6,77	5,11	0,94	Бізнес вплив туберкульозу, бали	0,89	5,16	6,77
-1,70	13,10	0,94	Середня температура найхолоднішого місяця, °С	0,79	11,77	-1,70

Примітка: в таблиці та далі використаний український переклад оригінальних назв показників, які є складовими світових рейтингів GII, GCI, HDI

1 – «науково-освітній комплекс»
2 – «виробничо-економічний комплекс»
3 – «державно-політичний комплекс»
4 – «соціокультурний комплекс»

Джерело: складено автором

країни, що розвиваються з інститутами переважно екстрактного типу – так само свідчить про значний збіг проблемних напрямків їхнього інноваційного розвитку. Так, з 86 генетично відібраних показників 38 є найбільш важливими або для лідера, або аутсайдера, а 28 з них – однакові. Таким чином, слід зазначити ще більш високий (28/38 ≈ 74%) ступінь збігу "проблем" розвитку "сильних" і "слабких" представників цього типу ТНІС. Більш детально загальні параметри в розрізі основних комплексів НІС наведені в табл. 5.

Аналізуючи отриману інформацію, слід вказати на низку таких специфічних рис для ТНІС типу "D":

(а) серед параметрів присутній один – "Середній вік населення", який слід віднести до факторів, що складно регулювати політичним впливом в розрізі стратегічного середньострокового планування розвитку НІС;

(б) понад половина показників (16 з 28) відносяться до групи державно-політичних, що обумовлює необхідність здійснення значних коригувань в цьому аспекті;

(в) у розрізі всіх чотирьох комплексів НІС як для лідерів, так і аутсайдерів, найбільш пріоритетними параметрами є: "Патенти", "Якість доріг", "Фіксовані широкосмугові підписки" і "Середній вік населення";

(г) найбільше значення в наближенні до світових досягнень для лідерів типу мають параметри "Патенти" і "Фіксовані широкосмугові підписки", в той час як для аутсайдерів – "Фіксовані широкосмугові підписки" і "Особи, які користуються Інтернетом".

Узагальнюючи інформацію по трьох базових типах ТНІС (табл. 3–5), слід вказати, що велика частина (понад 60%) проблемних моментів у лідерів і аутсайдерів в межах кожного типу є однаковою, тим самим формуючи кластерну специфіку.

Подальше порівняння між собою локальних подібностей трьох аналізованих типів ТНІС дозволяє виділити міжтипові відмінності у розвитку відповідних НІС (жирний шрифт у табл. 6)

Таблиця 4

Характерні особливості ТНІС типу "С"

лідер тип "А"	лідер тип "В"	*Ki*	Показник	*Ki*	аутсайдер тип "В"	лідер тип "А"
276,6	40,29	4,97	Патенти, кількість заявок на млн.чол.	3,41	2,30	276,6
5,53	3,70	2,23	Співпраця університетів та промисловості в НДДКР, бали	2,20	2,99	5,53
5,49	3,98	1,86	Ступінь підготовки персоналу, бали	1,64	3,50	5,49
5,63	3,88	1,73	Витрати компаній на НДДКР, бали	1,92	3,04	5,63
5,47	3,73	1,58	Якість системи освіти, бали	1,24	3,31	5,47
5,98	4,65	0,91	Якість доріг, бали	1,85	3,33	5,98
5,39	2,57	4,10	Фаворитизм у рішеннях державних чиновників, бали	2,07	2,58	5,39
5,47	2,22	3,99	Суспільна довіра до політиків, бали	1,67	2,52	5,47
6,01	3,68	3,86	Етична поведінка фірм, бали	2,27	3,50	6,01
5,89	3,05	2,93	Відволікання державних коштів, бали	1,38	3,16	5,89
5,93	4,37	2,50	Співпраця в трудових відносинах, бали	1,37	4,31	5,93
5,39	3,27	2,34	Здатність країни зберігати талант, бали	2,32	2,44	5,39
5,22	3,03	1,87	Здатність країни залучати таланти, бали	1,51	2,46	5,22
5,44	4,00	1,52	Ефективність антимонопольної політики, бали	1,67	3,32	5,44
4,71	3,37	1,44	Витонченість покупця, бали	1,18	3,01	4,71
6,20	4,58	1,18	Нерегулярні платежі та хабарі, бали	1,25	3,86	6,20
4,22	2,97	1,17	Наявність венчурного капіталу, бали	1,28	2,39	4,22
6,15	4,66	1,04	Характер конкурентної переваги, бали	2,10	3,18	6,15
5,44	4,29	1,03	Контроль міжнародного поширення, бали	1,84	3,28	5,44
40,55	26,89	0,92	Фіксовані широкосмугові підписки (на 100 осіб)	2,14	11,37	40,55
5,88	4,71	0,84	Можливості для інновацій, бали	1,12	3,98	5,88

Джерело: складено автором

Таблиця 5

Характерні особливості ТНІС типу "D"

лідер тип "А"	лідер тип "В"	*Ki*	Показник	*Ki*	аутсайдер тип "В"	лідер тип "А"
276,6	5,36	4,75	Патенти, кількість заявок на млн.чол.	2,28	0,03	276,6
90,97	55,22	0,91	Населення з принаймні середньою освітою, % осіб більше 25 років	2,14	10,37	90,97
6,00	4,30	0,98	Доступ до Інтернету в школах, бали	1,04	3,43	6,00
6,10	4,11	1,35	Якість науково-дослідних установ, бали	1,13	3,43	6,10
5,62	3,62	1,36	Якість початкової освіти, бали	1,12	2,95	5,62
5,47	3,57	1,37	Якість системи освіти, бали	0,95	3,14	5,47
5,53	3,56	1,87	Співпраця університетів та промисловості в НДДКР, бали	1,30	3,12	5,53
5,63	3,34	2,14	Витрати компаній на НДДКР, бали	1,25	3,06	5,63
9,07	4,74	1,33	Витрати на охорону здоров'я, % від ВВП	1,20	3,01	9,07
6,17	4,05	1,22	Якість загальної інфраструктури, бали	1,58	2,62	6,17
5,98	4,02	1,45	Якість доріг, бали	1,69	2,87	5,98
90,30	55,92	0,95	Особи, які користуються Інтернетом, % населення	2,55	7,31	90,30
40,55	11,76	2,97	Фіксовані широкосмугові підписки (на 100 осіб)	2,72	0,05	40,55
5,93	4,41	1,71	Співпраця в трудових відносинах, бали	1,21	4,05	5,93
5,88	4,22	1,22	Можливості для інновацій, бали	1,08	3,59	5,88
5,44	3,93	1,20	Ефективність антимонопольної політики, бали	1,16	3,26	5,44
6,20	3,93	1,68	Нерегулярні платежі та хабарі, бали	1,90	2,65	6,20
5,61	3,91	1,20	Тягар митних процедур, бали	0,96	3,38	5,61
6,01	3,82	1,39	Надійність поліційних служб, бали	0,97	3,32	6,01
5,44	3,77	1,58	Контроль міжнародного поширення, бали	1,70	2,88	5,44
5,39	3,76	1,01	Здатність країни зберігати талант, бали	0,95	3,06	5,39
6,01	3,65	2,88	Етична поведінка фірм, бали	1,76	3,29	6,01
6,15	3,62	2,18	Характер конкурентної переваги, бали	1,90	2,68	6,15
5,89	3,38	1,67	Відволікання державних коштів, бали	1,28	2,65	5,89
5,39	2,76	2,59	Фаворитизм у рішеннях державних чиновників, бали	1,30	2,65	5,39
4,22	2,75	1,17	Наявність венчурного капіталу, бали	0,95	2,28	4,22
5,47	2,61	2,24	Суспільна довіра до політиків, бали	1,13	2,49	5,47
42,01	29,53	1,18	Середній вік населення, років	2,13	17,36	42,01

Джерело: складено автором

Таблиця 6

Пріоритетні цільові орієнтири розвитку НІС в розрізі базових ТНІС

Тип	Параметр	Наявність		
		тип "B"	тип "C"	тип "D"
1	Патенти, кількість заявок на млн.чол.	V	V	V
1	Витрати компаній на НДДКР, бали	V	V	V
1	Співпраця університетів і промисловості в НДДКР, бали	**V**	**V**	**V**
1	Доступ до Інтернету в школах, бали	V		V
1	Якість науково-дослідних установ, бали	V		V
1	Якість початкової освіти, бали	V		V
1	Якість системи освіти, бали		V	V
1	Населення з принаймні середньою освітою,% > 25 років			V
1	Ступінь підготовки персоналу, бали	V	V	
2	Якість доріг, бали	**V**	**V**	**V**
2	Вироблення відновлюваної електроенергії , % від загальної	V		
2	Якість загальної інфраструктури, бали	V		V
2	Витрати на охорону здоров'я,% від ВВП	V		V
3	Можливості для інновацій, бали	**V**	**V**	**V**
3	Контроль міжнародного поширення, бали	**V**	**V**	**V**
3	Нерегулярні платежі та хабарі, бали	**V**	**V**	**V**
3	Співпраця в трудових відносинах, бали	**V**	**V**	**V**
3	Фаворитизм у рішеннях державних чиновників, бали	**V**	**V**	**V**
3	Фіксовані широкосмугові підписки (на 100 осіб)	**V**	**V**	**V**
3	Характер конкурентної переваги, бали	**V**	**V**	**V**
3	Етична поведінка фірм, бали	**V**	**V**	**V**
3	Ефективність антимонопольної політики, бали	**V**	**V**	**V**
3	Тягар митних процедур, бали			V
3	Якість місцевих постачальників, бали	V		
3	Особи, які користуються Інтернетом, % населення	V		V
3	Надійність поліційних служб, бали			V
3	Наявність венчурного капіталу, бали		V	V
3	Суспільна довіра до політиків, бали		V	V
3	Відволікання державних коштів, бали		V	V
3	Здатність країни залучати таланти, бали		V	
3	Здатність країни зберігати талант, бали		V	V
3	Витонченість покупця, бали		V	
4	Бізнес вплив туберкульозу, бали	V		
4	Релігія	V		
4	Середній вік населення, років			V
4	Середня температура жаркого місяця, ^{0}C	V		
4	Середня температура найхолоднішого місяця, ^{0}C	V		

Зі змісту таблиці видно, що всього 13 параметрів – цільових орієнтирів розвитку НІС – є загальними для всіх типів ТНІС. Загалом саме вони відбивають пріоритетні загальносвітові тенденції розвитку, що задані світовими лідерами в інноваційній сфері. Їхній структурний склад свідчить про безумовну важливість державно-політичного комплексу НІС, який відповідає за формування сприятливого середовища для інноваційної активності суб'єктів та науково-освітнього, який виступає важливою складовою частиною процесів генерації та подальшого трансферту новацій.

Інші параметри (які не виділені жирним шрифтом) вказують на міжкластерні відмінності розвитку НІС різних типів ТНІС. Очевидно, саме їх наявність пояснює певні "труднощі" простого перенесення успішного досвіду однієї країни на іншу (переходу НІС між кластерами).

Висновки з проведеного дослідження. Резюмуючи все вищевикладене, обґрунтовано можна говорити про наявність локальних та глобальних особливостей розвитку НІС в розрізі базових типів ТНІС, тобто гіпотеза про наявність низки стійких і унікальних характерних особливостей розвитку кожного типу ТНІС підтверджується.

Виходячи зі стану сучасного світопорядку, успішний розвиток інноваційної системи країни може бути лише за умов оптимального поєднання,

з одного боку, локальної національної специфіки, партикуляризму й гетерогенності, з іншого – глобалізації, універсалізму та гомогенності. При цьому вибір того чи іншого виду локальних реакцій держав на глобальні виклики зумовлений цілою низкою різних факторів, іноді навіть суперечливих, але всі вони можуть бути експліковані крізь призму теорії глокалізації.

Практична перспективність запропонованого інструментарію полягає у можливості проведення варіативних аналітико-прогнозних досліджень в частині обґрунтування оптимальних напрямів подальшого інноваційного розвитку окремих країн у розрізі загальносвітових і кластерних тенденцій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Freeman C. Technological Infrastructure and International Competitiveness. 1982. Режим доступу: http://redesist.ie.ufrj.br/globelics/pdfs/GLOBELICS_0079_Freeman.pdf (дата звернення: 05.01.2019).

2. Metcalfe S., Dosi G., Freeman C., Nelson R. (eds.) The Diffusion of Innovations: An Interpretative Survey. Technology and Economic Theory. London: Pinter, 1988. P. 560–589.

3. Lundvall B.-A. National Innovation Systems – Analytical Concept and Development Tool. Industry and Innovation. 2007. Vol. 14, № 1. P. 95–119.

4. Balzat M., Pyka A. Mapping national innovation systems in the OECD area. International Journal of Technology and Globalisation. 2006. Vol.2, № 1-2. P.158–176.

5. Godinho M., Mendonça S., Pereira T. Towards a taxonomy of innovation systems. Working Papers Department of Economics. 2005/13, ISEG – Lisbon School of Economics and Management, Department of Economics, Universidade de Lisboa.

6. Вишневский В., Гончаренко Л., Гурнак А., Вишневская Е. Наднациональные модели налоговых систем: от Китая до Магриба (Китайско-Восточноазиатская, Индийско-Южноазиатская и Магрибско-Ближневосточная налоговые популяции): монография. М. : Магистр: ИНФРА-М, 2018. 272 с.

7. Lu W.-M., Kweh Q.L., Huang C.-L. Intellectual capital and national innovation systems performance. Knowledge-Based Systems. 2014. № 71. P. 201–210. Режим доступу: https://doi.org/10.1016/j.knosys.2014.08.001 (дата звернення: 20.12.2019).

8. Амоша О. І., Ніколаєнко А. І. Національна інноваційна система України в контексті міжнародних порівнянь. Економічний вісник Донбасу. 2015. № 1(39). С. 115–121.

9. Фонотов А.Г., Кашинова Е.А. Национальная инновационная система России: состояние и перспективы развития. Управление инновационными процессами. 2015. № 11(205). С. 25–29.

10. Малкина М.Ю. Институциональные ловушки инновационного развития российской экономики. Журнал институциональных исследований. 2011. Т. 3. № 1. С. 50–60

11. Кравченко С.И., Заниздра М.Ю. Типологизация базовых наднациональных инновационных систем. Экономика промышленности. 2019. № 1(85). С. 5–29. Режим доступу: http://doi.org/10.15407/econindustry2019.01.005 (дата звернення: 20.12.2019).

12. Кравченко С. Регулювання національної інноваційної системи у глокалізаційному аспекті. Економіка промисловості. 2019. № 4(88). С. 58–74. Режим доступу: http://ojs.econindustry.org/index.php/ep/article/view/183 (дата звернення: 20.12.2019).

13. Kravchenko S. Simulation of the national innovation systems development: a transnational and coevolution approach. Virtual Economics. 2019. № 2(3). Pp. 41–54. Режим доступу: https://virtual-economics.eu/index.php/VE/article/view/30 (дата звернення: 20.12.2019).

14. Кравченко С. Обґрунтування цільових орієнтирів розвитку національних інноваційних систем. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2019. Випуск 35/2019. С. 23–29. Режим доступу: https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-35-4 (дата звернення: 20.12.2019).

REFERENCES:

1. Freeman, C. (1982). Technological Infrastructure and International Competitiveness. Available at: http://redesist.ie.ufrj.br/globelics/pdfs/GLOBELICS_0079_Freeman.pdf (accessed: 5 January 2019).

2. Metcalfe, S., Dosi, G., Freeman, C., & Nelson, R. (eds.) (1988). The Diffusion of Innovations: An Interpretative Survey. *Technology and Economic Theory*. London: Pinter, 560–589.

3. Lundvall, B.-A. (2007). National Innovation Systems – Analytical Concept and Development Tool. *Industry and Innovation*, 14(1), 95–119.

4. Balzat, M. & Pyka, A. (2006). Mapping national innovation systems in the OECD area. *International Journal of Technology and Globalisation*, 2(1–2), 158–176.

5. Godinho, M., Mendonça, S. & Pereira, T. (2005). Towards a taxonomy of innovation systems. *Working Papers Department of Economics* 2005/13, ISEG – Lisbon School of Economics and Management, Department of Economics, Universidade de Lisboa.

6. Vishnevskiy V., Goncharenko L., Gurnak A., Vishnevskaya E. (2018). *Supranational models of tax systems: from China to the Maghreb (Chinese-East Asian, Indian-South Asian and Maghreb-middle Eastern tax populations)*: monograph. M.: Magistr: INFRA-M. (in Russian)

7. Lu, W.-M., Kweh, Q.L. & Huang, C.-L. (2014). Intellectual capital and national innovation systems performance. *Knowledge-Based Systems*, 71, 201–210. DOI: https://doi.org/10.1016/j.knosys.2014.08.001

8. Amosha, A.I. & Nikolaenko A.I. (2015). National Innovative System of Ukraine in Context of International Comparisons. *The Economic bulletin of Donbass*, 1(39), 115–121.

9. Fonotov, A. & Kashinova, E. (2015). National innovation system of Russia: state and development prospects. *Management of innovation processes*, 11 (205). P. 25–29.

10. Malkina, M. (2011). Institutional traps of innovative development of the Russian economy. *Journal of Institutional Studies*. T. 3. No. 1. P. 50–60.

11. Kravchenko, S.I. & Zanizdra, M.Yu. (2019). Typology of basic supranational innovation systems.

Economy of Industry, 1(85), 5–29. DOI: http://doi.org/10.15407/econindustry2019.01.005

12. Kravchenko, S. (2019). Regulation of the national innovation system in the glocalization aspect. *Economy of Industry*, 4(88). P. 58–74. Available at: http://ojs.econindustry.org/index.php/ep/article/view/183 (accessed 20 December2019).

13. Kravchenko, S. (2019). Simulation of the national innovation systems development: a transnational and coevolution approach. *Virtual Economics,* 2(3), 41–54. Available at: https://virtual-economics.eu/index.php/VE/article/view/30 (accessed 20 December2019).

14. Kravchenko, S. (2019) Justification of development targets for the national innovation systems. *Scientific Bulletin of Kherson State University: Series Economic Sciences*, 35(2019), 23–29. DOI: https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-35-4 (accessed 20 December 2019).

Kravchenko Sergey
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Vice-President
Institute for International Cooperation Development

IDENTIFICATION OF NATIONAL AND TRANSNATIONAL INNOVATION SYSTEMS SPECIFICS

The purpose of the article. Each national innovation system (NIS) is unique and inimitable, however, a significant part of researchers claim the existence of several characteristic types of supranational or transnational innovation systems (TNIS), to which, with a certain degree of approximation, all national macroeconomics can be attributed. Proponents of this vision justify the existence of common patterns inherent in some NIS and develop classifications of the basic types of innovative systems that go beyond the administrative borders of a particular country.

One of the main hypotheses of the study is the assertion that each type of TNIS has its own stable and unique characteristic features, which largely determine the behavior parameters and capabilities of the corresponding NIS. In this regard, the development vectors of each individual national innovation system are so wide because of their identity that these features of various types of transnational innovation systems can significantly limit them. That is why the development strategies of each individual NIS must be analyzed only taking into account the specifics of the corresponding types of TNIS.

Taking into account the fact that the most important aspect of modern global studies is the study of the projection of global processes on local systems, the aim of the work is to identify the main specific features of the development of basic types of TNIS at the local and global levels in the context of the functioning of the industrial and economic, scientific and educational, state-political and sociocultural complexes of NIS.

Methodology. Identification of the specifics of basic TNIS development is carried out in three stages. (1) The definition of the basic types of TNIS and the distribution innovative systems of different countries between them is based on cluster analysis methods, genetic algorithms and training of neural networks, that is, artificial intelligence methodology. The subject of the analysis was a sample of 95 world's countries, characterized by 148 quantitative and qualitative indicators that comprehensively characterize all complexes of the NIS. (2) The establishment of leaders and outsiders in each type of TNIS was carried out using an integrated indicator calculated on the basis of three globally recognized ratings: The Global Innovation Index, The Global Competitiveness Index and Human Development Index. (3) The determination of local and global features of basic TNIS's is based on the methods of genetic reduction, ranking and Pareto selection. The specific features were identified by comparing the images of the leader and the outsider in each cluster with the image of the world leader and then separating the common development targets for all types of TNIS. The matrix distance between the images was used as a criterion parameter for comparison.

Results. The features of three basic types of TNIS are revealed and characterized. It is proved that the majority (more than 60%) of the problems among leaders and outsiders within each type are the same, thereby reflecting the cluster specifics. The intertype features of NIS development were identified: global priority development trends set by world leaders in the innovation sphere and specific ones that explain the problems of simply transferring the successful experience of one country to another (moving a country from one cluster to another).

Practical implications. The prospect of using the proposed tools lies in the possibility of conducting varied analytical and forecasting studies in terms of justifying the optimal directions for further innovative development of individual countries in the context of global and cluster trends.

Value/originality. The hypothesis about the presence of local and global features of the development of the basic types of transnational innovation systems is confirmed.

ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГУ НЕРУХОМОСТІ
IMPROVING ADVERTISING AS AN ELEMENT OF REAL ESTATE MARKETING

УДК 332.85
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-15

Пакуліна А.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Харківський національний університет
будівництва та архітектури
Головко-Марченко І.С.
викладач кафедри економіки
Харківський національний університет
будівництва та архітектури
Пакуліна Г.С.
аспірантка
Харківський національний університет
будівництва та архітектури

Метою дослідження авторів було обґрунтувати напрями вдосконалення реклами як елемента маркетингу нерухомості. Автори обґрунтували, що нині рекламі на ринку нерухомості в науковій літературі приділено не досить уваги. Визначення реклами, яке часто можна зустріти в ріелторській літературі, свідчить про нерозуміння цього феномена. Проблема дослідження авторів полягає в тому, що порівняно з відносно достатньою науковою розробленістю проблем реклами та ринку нерухомості загалом їх прикордонна область – реклама на ринку нерухомості – залишається маловивченою, а на регіональних ринках і зовсім недослідженою проблемою. Автори обґрунтували, що свідомо помилкова, недобросовісна і неетична реклама на ринку нерухомості часто носить характер тіньової практики і може бути «вбудована» як елемент у багато інших тіньових практик на ринку нерухомості України. Достовірна реклама дасть змогу поліпшити ситуацію на ринку житлової нерухомості України.
Ключові слова: *реклама, маркетинг, нерухомість, житлова нерухомість, ринок, регіон.*

Целью исследования авторов являлось обосновать направления совершенствования рекламы как элемента маркетинга недвижимости. Авторы обосновали, что в настоящее время рекламе на рынке недвижимости в научной литературе уделяется недостаточное внимание. Определение рекламы, которое зачастую можно встретить в риэлтерской литературе, свидетельствует о непонимании этого феномена. Проблема исследования авторов заключается в том, что в сравнении с относительно достаточной научной разработанностью проблем рекламы и рынка недвижимости в целом их пограничная область – реклама на рынке недвижимости – остается малоизученной, а на региональных рынках и вовсе неисследованной проблемой. Авторы обосновали, что заведомо ложная, недобросовестная и неэтичная реклама на рынке недвижимости часто носит характер теневой практики и может быть, в свою очередь, «встроена» в качестве элемента во многие другие теневые практики на рынке недвижимости Украины. Достоверная реклама позволит улучшить ситуацию на рынке жилой недвижимости Украины.
Ключевые слова: *реклама, маркетинг, недвижимость, жилая недвижимость, рынок, регион.*

The aim of the authors research was to substantiate the directions of improvement of advertising policy in the real estate market of the region. The authors proved that currently advertising in the real estate market in the scientific literature is given little attention. In advertising theory and real estate market theory, information on real estate market advertising is sparse, fragmentary, and haphazard. For the most part in the real estate literature can be found only recommendations to individuals and individual brokers for advertising support of independent transactions of purchase and sale of real estate. Even the very definition of advertising, which can be found in real estate literature, indicates a misunderstanding of this phenomenon. The problem of the authors research is that in comparison with the relatively sufficient scientific development of the problems of advertising and the real estate market as a whole, their border area-advertising in the real estate market-remains poorly studied, and in regional markets and not at all investigated problem. In carrying out the study, the authors used General scientific methods: systemic and interdisciplinary approaches, analysis and synthesis, methods of comparisons and generalizations. To obtain relevant information, the methods of questionnaire survey, documentary analysis, simple and included observations were used. Unfair, unethical and incorrect advertising appears on the real estate market. The facts of unfair competition and direct deception of consumers are noted. The media often equate the profession of realtor and fraudulent activities. The situation with regard to consumers assessment of the quality of services of real estate firms can be improved by the introduction of mandatory certification of real estate agencies. In relation to advertising in the real estate market, there are many conflicting judgments about the degree of confidence in it, about the motivational and consumer guidelines on which it is based advertising. The authors proved that deliberately false, unfair and unethical advertising in the real estate market often has the character of shadow practices and can be an element of other shadow practices in the real estate market of Ukraine. Reliable advertising will improve the situation in the residential real estate market of Ukraine.
Key words: *advertising, marketing, real estate, residential real estate, market, region.*

Постановка проблеми. Вдосконалення рекламної політики на ринку нерухомості регіону є актуальним завданням економічних досліджень. Ринок нерухомості детермінує існування ринку капіталу, ринку праці, ринку товарів і послуг тощо. Розвиток ринку нерухомості забезпечує збільшення попиту на продукцію суміжних видів економічної діяльності – будівельних робіт, будівельних матеріалів, меблів, інших товарів тривалого користування. Ось чому розвиток ринку нерухомості порівнюють із локомотивом, здатним рухати вперед економіку, збільшувати обсяги валового національного продукту. Ринок нерухомості – істотна частина економіки будь-якої країни. Частка нерухомості становить до 80% в національному багатстві розвинених країн і більше 50% у світовому багатстві. Нерухомість України оцінюється в 50–60 млрд. дол. і здатна збільшувати дохідну частину бюджету щорічно мінімум на 1,5–2 млрд. дол. Питання створення цивілізованого ринку нерухомості неможливе без рекламних досліджень ринку нерухомості, вивчення особливостей споживчої поведінки. Споживча поведінка населення, маркетингові дослідження споживчих пріоритетів, соціальний вплив реклами традиційно входять у число основних областей дослідження економічної соціології. Актуальність і складний характер розглянутих явищ стали підставою вибору теми проведеного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, присвячених проблемам розвитку реклами та нерухомості, досліджені у працях таких науковців, як: Б.Е. Братко [1], І.Г. Буркун [2], С.Л. Пакулін [7], С.Я. Сухарєв [3], І.С. Феклістова [4], Ю.А. Ципкін [5; 6].

Постановка завдання. Завданнями дослідження є: визначити роль контролінгу персоналу та встановити взаємозв'язки між його елементами в системі органів управління територіальним соціальним комплексом; розробити модель контролінгу персоналу на основі компетентнісного підходу в системі управління територіальним соціальним комплексом з урахуванням обґрунтування можливості його вбудовування в організаційно-функціональну структуру і наявності обмежень у застосуванні. Метою дослідження є: аналіз формування і розвитку ринку нерухомості в Україні; виявлення сутності, особливостей та тенденцій розвитку ріелторської діяльності на ринку житлової нерухомості; вивчення реклами як елемента маркетингу нерухомості; оцінка стану досліджень об'єктів реклами та послуг ринку житлової нерухомості; аналіз реклами на регіональному ринку нерухомості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині рекламі на ринку нерухомості в науковій літературі приділяється мало уваги. У теорії реклами, з одного боку, і теорії ринку нерухомості, з іншого, відомості по рекламі ринку нерухомості рідкісні, фрагментарні і безсистемні. В більшості своїй в ріелторській літературі можна знайти лише рекомендації приватним особам і окремим брокерам з рекламного забезпечення самостійного проведення угод купівлі-продажу нерухомості. Навіть саме визначення реклами, яке часто можна зустріти в ріелторській літературі, свідчить про нерозуміння цього феномена. Проблема нашого дослідження полягає в тому, що у порівнянні з відносно достатньою науковою розробленістю проблем реклами та ринку нерухомості загалом їх прикордонна область – реклама на ринку нерухомості – залишається маловивченою, а на регіональних ринках і зовсім не дослідженою проблемою. Водночас щодо реклами на ринку нерухомості існують численні суперечливі судження про ступінь довіри до неї, про мотиваційні і споживчі орієнтири, на які вона повинна спиратися, тощо. Проблеми дослідження реклами на ринку нерухомості, на жаль, не знайшли належного відображення в науковій літературі. Це при тому, що вдосконалення рекламної політики на ринку нерухомості регіону є актуальним завданням економічних досліджень.

Гіпотези, перевірка яких здійснювалася нами в межах цього дослідження, такі: 1) споживачі ріелторських послуг невисоко оцінюють якість реклами на регіональному ринку нерухомості і не цілком їй довіряють; 2) більшість споживачів вважає ріелторів непотрібними посередниками на ринку нерухомості і вважає, що вони незаслужено отримують встановлену процентну винагороду від проведеної угоди; 3) на ринку ріелторських послуг сформувалася група фірм-лідерів; 4) у період з 2015 по 2020 роки оцінка споживачами реклами у сфері нерухомості та оцінка послуг агентств із нерухомості загалом змінилися в гірший бік.

Під час виконання дослідження застосовувалися загальнонаукові методи: системний та міждисциплінарний підходи, аналіз і синтез, методи порівнянь і узагальнень. Для отримання релевантної інформації використовувалися методи анкетного опитування, документального аналізу, простого і включеного спостережень.

Емпіричну базу дослідження склали дані, отримані вітчизняними та зарубіжними вченими у процесі економічних і маркетингових досліджень реклами, рекламного ринку та ринку нерухомості, а також результати, отримані авторами особисто в процесі спостереження, вивчення документів і економіко-статистичного аналізу.

Під нерухомістю прийнято розуміти фізичні об'єкти, міцно пов'язані з землею, переміщення яких неможливе без їх руйнування [4, с. 78]. Нерозривний зв'язок із землею – ознака більшості, але не всіх об'єктів нерухомості.

Виділяються ознаки об'єкта нерухомості, відзначається особливість нерухомості зростати з часом у своїй вартості. Нерухомість вважається найнадійнішим засобом вкладення капіталу. Класичним визначенням ринку нерухомості є визначення Дж. Фрідмана та Н. Ордуэя, які розуміють його як певний набір механізмів, за допомогою яких передаються права на власність і пов'язані з нею інтереси, встановлюються ціни і розподіляється простір між різними конкуруючими варіантами землекористування.

Нами були проаналізовані особливості ринку нерухомості, попит на ринку нерухомості, структура ринку нерухомості і підстави його сегментування. В систему ринку нерухомості входять відносини, що виникають: зі створення об'єктів нерухомості між інвесторами, забудовниками, підрядниками та користувачами нерухомості; з обороту прав на нерухомість – між покупцями і продавцями, орендарями та орендодавцями тощо; з експлуатації об'єктів нерухомості між власниками і керуючими, керуючими і користувачами та ін.

На ринку нерухомості України є система державної реєстрації прав та угод із нерухомим майном.

Основний вид підприємницької діяльності на ринку нерухомості – це ріелторська (брокерська) діяльність. Нами розглядається кілька основних варіантів організаційних структур агентств нерухомості; підстави виділення малих, середніх і великих ріелторських фірм. Наводиться повний перелік послуг, що надаються ріелторськими організаціями. Аналізуються такі важливі соціальні проблеми, як будівництво житла в геопатогенних зонах, злочинність і шахрайство у сфері нерухомості.

У процесі проведеного дослідження реклами на регіональному ринку нерухомості нами дано

визначення і класифікація реклами; розкрито особливості реклами у сфері послуг; прийоми створення ефективної інтернет - і текстової реклами; наводяться різні типології споживачів реклами.

Вивчення рекламного ринку України у розрізі інвестицій за різними товарними категоріями показує, що нерухомість не входить у 15 найбільших рекламних інвестицій за таким медіаносієм, як ТБ, але займає 6 місце в пресі та на радіо і 13 місце за інвестиціями в зовнішню рекламу.

Оцінка комунікативної, а особливо комерційної ефективності, є однією з найскладніших проблем реклами.

Економічний ефект від рекламних заходів зазвичай вимірюють шляхом зіставлення ефекту від проведення рекламної кампанії з витратами на її здійснення. Результати такого зіставлення можуть виражатися в трьох варіантах: 1) ефект від рекламного заходу дорівнює витратам на його проведення; 2) ефект від рекламного заходу більше витрат (прибутковий); 3) ефект від рекламного заходу менше витрат (збитковий).

У науковій літературі спроби сформулювати особливості реклами на ринку нерухомості невдалі. Вони характеризуються фрагментарністю, відсутністю системного підходу і не відображають специфіки реклами нерухомості. Автори пропонують свій підхід до визначення особливостей реклами на ринку нерухомості.

Останнім часом рекламне гасло «Нерухомість без посередників» стало популярним гаслом будівельників житла в містах України, з'являються сайти і газети з такою назвою та однойменні проекти. Подібні приклади свідчать, на наш погляд, про спроби впровадження у свідомість споживачів негативного ставлення до агентств з нерухомості як посередників.

У чому причини негативного ставлення частини людей і організацій до агентств і агентів з нерухомості? На наш погляд, чотири основних причини: 1) вони виступають проти будь-яких посередників і посередництва; 2) їм не подобається те, що за посередництво треба платити; 3) вони вважають, що ціни за посередницькі послуги явно завищені; 4) вони вважають, що їхні економічні інтереси й інтереси посередників протилежні. Витоки нелюбові до посередників в нашому суспільстві криються ще й в тому, що за поняттям «посередник» у нас спочатку закріпився негативний відтінок. Негативне ставлення до посередництва підживлюється й економічною неграмотністю обивателя. Типовим для нього є такий помилковий стереотип мислення: «Є виробники, які створюють різноманітні блага, а є посередники, які нічого не виробляють. Перші – гідні поваги, а другі – ні». Під виробництвом багато хто схильний розуміти лише виробництво матеріальних благ. Але в процесі праці створюються і духовні блага: інформація, знання, культурні цінності. І за багато з них треба платити. На нашу думку, агентства з нерухомості – посередники і виробники одночасно. Вони виробляють послуги, які й роблять об'єкт нерухомості товаром, здатним в результаті угоди перейти у власність з усіма необхідними документами, правами на нього.

Виробники житла («нерухомість без посередників») створюють свої посередницькі структури на підприємстві, бо перетворення нової квартири у власність потребує документального оформлення, за що будівельники також беруть гроші чи включають ці витрати у вартість квартири. Агентства з нерухомості і виробники житла працюють на одному ринку і конкурують між собою. Тому останнім, враховуючи вищезазначені помилкові стереотипи частини споживачів щодо посередництва, вигідно позиціонувати себе як «нерухомість без посередників». Рекламне гасло «Нерухомість без посередників» – це скоріше чорний піар, форма недобросовісної конкуренції на ринку нерухомості.

На ринку нерухомості України, як і на інших ринках, діє велика кількість тіньових практик, в тому числі пов'язаних з рекламою.

Багато будівельних організацій ведуть мовлення з рекламних розтяжок і щитів: «Квартири». Приходять клієнти, а у цих фірм готових квартир немає. Під словом “квартира” вони, виявляється, мають на увазі майбутню квартиру, квартиру в проекті, річ в її ідеальній формі. А поки є котлован або фундамент, або відведена ділянка землі. Людину, яка прийшла купити готову квартиру, переконують, як це добре і вигідно побудувати власну квартиру на умовах пайової участі. Справедливо констатувати: клієнта заманили в будівельну організацію по суті неправдивою рекламою, а коректна реклама повинна була б виглядати так: «Участь у пайовому будівництві житла».

Агентства з нерухомості нерідко використовують іноді таке рекламне гасло: «Всі послуги на ринку нерухомості». Всі ці послуги агентства, звичайно ж, не надають – перелік усіх послуг, що надаються на ринку нерухомості, досить широкий. Для надання одних у фірми немає фахівців, надання інших економічно нерентабельне, треті не користуються попитом, для надання четвертих організація не має початкових фінансових вкладень тощо. Але, вдаючись до помилкової реклами «Всі послуги на ринку нерухомості», частина ріелторських фірм різних міст України штучно підвищує свій імідж і залучає потенційних клієнтів.

Така практика є не тільки на ринку нерухомості. Припустимо, в місті працює ріелторська фірма «Помічник». Вона відома, у неї хороша репутація. У клієнтів назва «Помічник» на слуху. Підприємець N створює нове агентство з нерухомості і називає його «Помічник на Римарській». Певна частина потенційних клієнтів, що багато років чули

тільки гарне про «Помічника», вирішивши купити квартиру, помилково потрапляють у «Помічник на Римарській» і купують житло там. Тобто витрати на рекламу, PR і створення іміджу фірми «Помічник» частково спрацювали на зовсім іншу фірму – «Помічник на Римарській».

У рекламі на ринку нерухомості використовуються помилкові обіцянки, наприклад, «Покупка квартири за добу». Клієнт, якому дійсно терміново треба купити квартиру, поспішає за вказаною в рекламі адресою. Шуканий варіант йому можуть підібрати і показати навіть за кілька годин. Але оформити угоду за законом за добу (що і стоїть в повному і точному сенсі за поняттям «покупка квартири») неможливо. Процедура оформлення вимагає часу, але головне – «зачепити» клієнта, а потім йому скажуть: «Ну, вибачте, не вклалися в добу!»

Недостовірною часто виявляється і реклама житлових будинків і квартир як елітних. Продавці нерухомості експлуатують такий помилковий стереотип свідомості споживачів: елітна квартира – це всього лише велика квартира гарного планування в центрі міста. Насправді справжнє елітне житло має відповідати і багатьом іншим важливим критеріям.

Досить поширеною практикою, що має метою збільшення продажів квартир, котеджів, земельних ділянок, є практика звернення до недостовірної або завідомо неправдивої реклами такого змісту: «Продаж квартир, котеджів, земельних ділянок в екологічно чистих районах міста». Ми не стверджуємо, що вся подібна реклама недостовірна або свідомо помилкова, але часто такій рекламі вірити не можна. Більшість громадян нашої країни наївно вважають екологічно чистими районами міста ті, де чистота повітря відповідає санітарним нормам. При цьому не беруться до уваги інші важливі екологічні характеристики, такі, наприклад, як наявність (відсутність) геопатогенних зон в місцях будівництва та ін.

Інша цікава практика полягає в тому, що ріелторську фірму називають і рекламують так, щоб відразу завоювати народну довіру і незаслужено отримати конкурентні переваги. Назва такої фірми може звучати приблизно так: «Всенародний відділ нерухомості». Мовляв, «інші фірми капіталістичні, печуться тільки про свій прибуток, а ми – за народ, працюємо мало не задарма».

Формування цивілізованого ринку нерухомості в Україні передбачає боротьбу із завідомо неправдивою, недобросовісною, неетичною рекламою; виявлення і розвінчання помилкових, обманних теоретичних побудов, що часто за ними стоять.

Згідно з проведеним нами аналізом реклами нерухомості в Інтернеті і пресі, тільки у 25% ріелторських фірм м. Харкова є фірмовий знак. Не всі ріелторські компанії міста мають рекламні слогани, а останні бувають як вдалими, так і невдалими. Враховуючи реальні фінансові можливості більшості українців, вважаємо невдалим слоган, кілька років використовуваний агентствами в м. Харкові: «Купи собі квартиру». Як ніби це зробити так само просто, як купити собі «Снікерс»! З цих же міркувань дещо знущально звучить слоган « Подаруй квартиру коханій!» Слоган «Ким би Ви не були, ми допоможемо поліпшити Ваші житлові умови» поганий вже тому, що нещирий, бо дана в ньому обіцянка не завжди здійснима. Прочитавши слоган на одному з рекламних щитів міста: «Квартира – найдорожче у людини, крім сім'ї та Батьківщини», хочеться заперечити: а борг, честь, совість? Слоган «Диявол криється в деталях» пересічному споживачеві просто незрозумілий.

Соціологічне опитування «Реклама на регіональному ринку нерухомості в оцінці споживачів» було проведено нами в м. Харкові в два етапи. Інформація отримана на основі квотної ступінчастої вибірки, методом анкетування. Перший етап опитування проходив протягом лютого-березня 2018 року, обсяг вибірки 775 осіб. На другому етапі – лютий-березень 2019 року – було опитано 840 осіб. Опитувалися дорослі (старше 18 років) жителі міста Харкова – потенційні і реальні споживачі ріелторських послуг. В анкеті виділялися такі статусні позиції: стать, вік, освіта, належність до соціальної групи з питань зайнятості, суб'єктивна оцінка свого рівня життя, форма власності організації – місця роботи респондента. Вибірка репрезентує населення міста Харкова за статтю та віком.

Який же соціальний портрет типового клієнта на ринку нерухомості, що склався в результаті дослідження?

Як і слід було очікувати, купують або продають квартири в основному представники середнього класу (55% тих, хто купували квартири, і 63% тих, хто продавали квартири через агентство, відносяться до цієї групи). Однак серед «верхнього шару» за рівнем доходів відсоток споживачів ріелторських послуг майже в два рази більше, ніж серед «середнього шару». Чоловіки набагато частіше, ніж жінки (23% проти 17%) вважають за краще купувати (продавати) квартири самостійно. Серед тих, хто купує або продає квартири самостійно, істотно підвищилася частка «нижчого середнього» і «середнього» шарів.

Таким чином, основними параметрами, за якими можна було б побудувати соціальний портрет клієнтів ріелторських послуг, є стать і дохід респондента. Аналіз на значущість виявив, що ніякі інші статусні характеристики не зробили значущого впливу на фактор звернення респондента до агентства з нерухомості.

Як впливає досвід угод із нерухомістю на ставлення і довіру споживача до реклами?

Згідно з результатами дослідження, можна зробити висновок, що серед тих, хто не здійснював операцій з нерухомістю, у середньому в два рази

більше тих, хто не довіряє рекламі в цій сфері і хто вважає, що такої реклами дуже багато. І це позитивний факт. Досвід купівлі-продажу нерухомості істотно покращує оцінку цими споживачами реклами в сфері нерухомості. Оцінка якості реклами більш суперечлива. З одного боку, покупка квартири істотно підвищує оцінку якості реклами у порівнянні з середніми; з іншого боку, продаж квартири такі оцінки знижує.

Розглянемо, за якими параметрами структурується ставлення респондентів до реклами взагалі і до реклами на ринку нерухомості зокрема.

Жінки більш терпимі до всіх видів реклами, ніж чоловіки. Розподіл за статтю максимально значущо пов'язаний з довірою до реклами. Чоловіки не довіряють рекламі в середньому майже в два рази частіше, ніж жінки. Ні вік, ні освіта, за даними нашого дослідження, не вплинули на довіру до реклами. Другим статусним параметром, що впливає на довіру до реклами, виявляється матеріальне становище.

Аналіз значущості зв'язку між ознаками показує, що вплив матеріального становища респондентів на довіру до реклами максимально значущий, величина критерію Пірсона дорівнює 34,8 і має високий рівень достовірності при тому, що для 8 ступенів свободи на рівні значущості вище 0,999 допустимі всі значення, вище ніж 27,1. Довіра до реклами зростає з ростом матеріального добробуту. Чим більш скрутне матеріальне становище респондентів, тим менша довіра до реклами.

Оцінки достатності обсягу реклами в сфері нерухомості виявилися значимо пов'язані тільки з віком респондентів. Критичність до обсягу реклами (реклами занадто багато) зростає з віком. Молоді люди в два рази частіше, ніж літні вважають, що реклами достатньо.

Оцінки якості реклами в сфері нерухомості стають нижчими зі зростанням віку, освітнього рівня і поліпшенням матеріального становища респондентів.

Звертає на себе увагу те, що думка про агентства з нерухомості і якості їх послуг за останні три роки поступово зрушується в бік погіршення. Практично всі відстежуванні показники, що відображають ставлення споживачів до цих фірм, погіршилися. Це пояснюється тим, що йде стрімкий процес утворення нових агентств з нерухомості, кістяк яких склали непрофесіонали.

Імідж агентств нерухомості зазнає серйозного удару і з низки інших причин: на ринку нерухомості з'являється недобросовісна, неетична і некоректна реклама; відзначені факти недобросовісної конкуренції і прямого обману споживачів; ЗМІ, а особливо телебачення, часто ставлять знак рівності між професією ріелтера і шахрайською діяльністю.

Ситуація щодо оцінки споживачами якості послуг ріелторських фірм може бути покращена, на нашу думку, введенням обов'язкової сертифікації агентств із нерухомості.

Скоро ріелторські послуги в Україні зростуть у ціні. А все через те, що фахівців із нерухомості змусять проходити тести й отримувати сертифікати. Таке поняття, як «ріелтор», і зовсім піде в небуття. Нові правила для галузі розробили у Фонді держмайна (ФДМ). Відповідний законопроект оприлюднений для обговорення і запрацює через півтора року після його публікації. Дія майбутнього закону не буде поширюватися на угоди покупки, продажу або оренди, укладені людьми самостійно, без залучення брокерів або агентів з нерухомості (помічників брокера).

У середньостроковій перспективі Україна може зіткнутися з новою хвилею замороженого будівництва й обурених інвесторів. Врятувати ринок може тільки диво, на зразок дешевого іпотечного кредитування або різкого зростання доходів. Однак розраховувати на нього зараз не доводиться.

Будівельний ринок за своєю суттю – піраміда. Забудовник продає один об'єкт і починає будувати наступний. Більшість девелоперів не можуть гарантувати завершення об'єкта, якщо продажі впадуть до критичного мінімуму. У них просто не вистачить грошей на це. Скільки ще простоїть ця піраміда, враховуючи, що темпи будівництва не скорочуються, – сказати складно. Але на горизонті 1–2 років перспективи первинного ринку нерухомості виглядають не надто оптимістично. Тому достовірна реклама дозволить поліпшити ситуацію на ринку житлової нерухомості України.

Висновки з проведеного дослідження.

1. Судження авторів низки статей про фахівців агентств нерухомості як про непотрібних посередників на ринку отримують незаслужено високий грошовий дохід, не збігаються з думкою більшості населення – споживачів ріелторських послуг.

2. Більшість споживачів послуг на ринку нерухомості не зовсім довіряють рекламі на цьому ринку. Особливо високий відсоток недовіри в групах чоловіків і тих, хто купував квартиру самостійно, без допомоги посередників.

3. Велика частина споживачів об'єктів і послуг на ринку нерухомості вважають, що реклами цілком досить, але вона в основному середньої і низької якості – найчастіше, неточна або застаріла. На думку більшості покупців квартир, використовується недостатньо коштів і носіїв реклами.

4. Оцінка факторів вибору агентства з нерухомості принципово не відрізняється в групах «продавці», «покупці», «потенційні клієнти». Перша п'ятірка в рейтингу факторів вибору агентства така: агентство має досвідчених і кваліфікованих співробітників; у агентства велика база даних на купівлю та продаж нерухомості; агентство пропонує великий спектр якісних послуг; агентство давно працює на ринку нерухомості; агентство пропонує безпечну систему розрахунків за участю банку. П'ятірка факторів-аутсайдерів в рейтингу

вибору агентства з нерухомості: реклама агентства відрізняється високою якістю; агентство входить до складу корпорації, що працює в багатьох містах України; агентство багато рекламує свої послуги; агентство зручно розташоване; агентство займається благодійною та спонсорською діяльністю.

5. Рекламне гасло «Нерухомість без посередників» є теоретично неспроможним, але має гносеологічні та психологічні корені. Це основний піарівський хід конкурентів (будівельних компаній) проти ріелторських фірм. Його можна кваліфікувати як одну з тіньових практик на ринку нерухомості як форму недобросовісної конкуренції.

6. Завідомо неправдива, недобросовісна і неетична реклама на ринку нерухомості часто носить характер тіньової практики і може бути, у свою чергу, «вбудована» як елемент у багато інших тіньових практик на ринку нерухомості України.

7. Особливостями реклами на ринку нерухомості є наявність двох основних груп рекламодавців: виробників житла (будівельних фірм) і брокерських фірм (агентств нерухомості). Причому фінансові рекламні можливості перших значно перевершують аналогічні можливості других. Останнім часом стали активно себе рекламувати житлово-будівельні кооперативи і банки, що пропонують іпотечні схеми кредитування; реклама об'єктів та послуг ринку нерухомості займає порівняно невелику частку в загальному обсязі українського рекламного ринку і не входить у число самих грошових сегментів; для реклами об'єктів і послуг ринку нерухомості використовується порівняно обмежений спектр засобів реклами. Як правило (і в порядку зменшення значущості), це: інтернет, газети, журнали, зовнішня реклама, буклети, сувенірна продукція. Більшість фірм використовують лише рекламні модулі і малу рекламу в Інтернеті, спеціалізованих газетах і журналах. Будівельні та ріелторські компанії займають досить скромний сегмент у телевізійній рекламі. При зверненні до цього виду реклами обмежуються, як правило, самими недорогими і простими її формами (біжучий рядок, відеозаставки та ін.). Ігрові ролики – велика рідкість; порівняно низька частота звернень будівельних і ріелторських фірм у рекламні агентства; порівняно невисока креативність реклами об'єктів і послуг ринку нерухомості; відсутність (за рідкісним винятком) високопрофесійних рекламістів в штаті будівельних фірм і агентств із нерухомості; неувага теоретиків реклами до ринку нерухомості.

8. Споживачі в 2019 р. дали більш низькі оцінки рекламі на ринку нерухомості України, ступеня довіри до неї, якості послуг ріелторських фірм загалом порівняно з 2015 роком. Це зумовлено, головним чином, скасуванням ліцензування і стрімким зростанням кількості агентств із нерухомості, укомплектованих непрофесіоналами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Братко Б.Е. Фактори впливу на механізми державного регулювання ціни на ринку житлової нерухомості. Публічне управління та митне адміністрування. 2017. № 2(17). С. 34–39.

2. Буркун І.Г. Організаційно-економічні засади функціонування регіонального ринку житлової нерухомості : дис. … канд. екон. наук : 08.00.05. Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2011. 22 с.

3. Сухарев С.Я. Роль рекламы и паблик рилейшнз в становлении толерантности субъектов рынка недвижимости. Вестник Тюменского государственного университета. 2003. № 1. С. 167–169.

4. Феклистова И.С. Цыпкин Ю.А., Губарев Е.В. и др. Прикладной маркетинг. Москва : ФГБОУ ВПО ГУЗ, 2010. 225 с.

5. Цыпкин Ю.А., Пакулина А.А., Люкшинов А.Н. Агромаркетинг. Москва : Мир, 2004. 240 с.

6. Цыпкин Ю.А., Пакулина И.С., Губарев Е.В. Подход к оценке конкурентоспособности и определению эффективности маркетинговой деятельности предприятий. Современная конкуренция. 2011. № 3(27). С. 44–53.

7. Pakulin, S.L. Feklistova I.S., Pakulina A.A., Pakulina H.S. Regulation of investment processes of economic development in the market conditions. Universum View 5: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (9 листопада 2018 р., м. Полтава, Україна). Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. С. 50–57.

REFERENCES:

1. Bratko B.E. (2017) Faktory vplyvu na mekhanizmy derzhavnoho rehuliuvannia tsiny na rynku zhytlovoi nerukhomosti [Factors of influence on the mechanisms of state regulation of prices in the residential real estate market]. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia* [Public administration and customs administration], no. 2(17), pp. 34–39.

2. Burkun I.H. (2011) *Orhanizatsiino-ekonomichni zasady funktsionuvannia rehionalnoho rynku zhytlovoi nerukhomosti* [Organizational and economic bases of functioning of the regional market of residential real estate] (PhD Thesis). Kharkiv: Kharkiv national Academy of urban economy.

3. Sukharev S.Ya. (2003) Rol' reklamy i pablik rileyshnz v stanovlenii tolerantnosti sub"ektov rynka nedvizhimosti [The Role of advertising and public relations in the formation of tolerance of real estate market subjects]. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tyumen state University], no. 1, pp. 167–169.

4. Feklistova I.S. Tsypkin Yu.A., Gubarev E.V. et al. (2010) *Prikladnoy marketing* [Applied marketing]. Moscow: State university of land use planning. (in Russian)

5. Tsypkin Yu.A., Pakulina A.A., Lyukshinov A.N. (2004) *Agromarketing* [The Agromarketing]. Moscow: Mir. (in Russian)

6. Tsypkin Yu.A., Pakulina I. S., Gubarev E.V. (2011) Podkhod k otsenke konkurentosposobnosti i opredeleniyu effektivnosti marketingovoy deyatel'nosti predpriyatiy [Approach to assessment of competitiveness and to determine the effectiveness of marketing activities

of enterprises]. *Sovremennaya konkurentsiya* [Modern competition], no. 3(27), pp. 44–53.

7. Pakulin S.L. Feklistova I.S., Pakulina A.A., Pakulina H.S. (2018) Regulation of investment processes of economic development in the market conditions. Proceedings of the *Universum View 5: international scientific-practical conference (9 November 2018, Ukraine, Poltava)*. Vinnitsa: LLC «Nylan-LTD», pp. 50–57.

Pakulina Alevtyna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture
Holovko-Marchenko Inna
Instructor at Department of Economics
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture
Pakulina Hanna
Postgraduate Student
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

IMPROVING ADVERTISING AS AN ELEMENT OF REAL ESTATE MARKETING

The purpose of the article. The aim of the authors research was to substantiate the directions of improvement of advertising policy in the real estate market of the region.

Methodology. In carrying out the study, the authors used general scientific methods: systemic and interdisciplinary approaches, analysis and synthesis, methods of comparisons and generalizations. To obtain relevant information, the methods of questionnaire survey, documentary analysis, simple and included observations were used.

Results. The authors proved that currently advertising in the real estate market in the scientific literature is given little attention. In advertising theory and real estate market theory, information on real estate market advertising is sparse, fragmentary, and haphazard. For the most part in the real estate literature can be found only recommendations to individuals and individual brokers for advertising support of independent transactions of purchase and sale of real estate. Even the very definition of advertising, which can be found in real estate literature, indicates a misunderstanding of this phenomenon. The problem of the authors research is that in comparison with the relatively sufficient scientific development of the problems of advertising and the real estate market as a whole, their border area-advertising in the real estate market-remains poorly studied, and in regional markets and not at all investigated problem. Unfair, unethical and incorrect advertising appears on the real estate market. The facts of unfair competition and direct deception of consumers are noted. The media often equate the profession of realtor and fraudulent activities. The development of the real estate market provides an increase in demand for the products of related economic activities of the region (construction works, building materials, furniture, other durable goods). The authors compare the development of the real estate market with the locomotive, which is able to move forward the economy of the regions of Ukraine and increase the volume of the national gross product.

Practical implications. The results obtained by the authors can be applied in the practice of management decisions to improve the regional real estate market. The authors recommendations should be used in the practice of regulation of advertising activities in the real estate market and for effective advertising campaigns by real estate firms.

Value/originality. The situation with regard to consumers assessment of the quality of services of real estate firms can be improved by the introduction of mandatory certification of real estate agencies. In relation to advertising in the real estate market, there are many conflicting judgments about the degree of confidence in it, about the motivational and consumer guidelines on which it is based advertising. The authors proved that deliberately false, unfair and unethical advertising in the real estate market often has the character of shadow practices and can be an element of other shadow practices in the real estate market of Ukraine. The authors convincingly proved that reliable advertising will improve the situation in the residential real estate market of Ukraine.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗЕМЕЛЬНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF LAND REFORM IN UKRAINE: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

УДК.330.31
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-16

Радченко О.П.
к.е.н., доцент
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Актуальність земельної реформи як для аграрного сектору економіки, так і для національної економіки загалом неможливо переоцінити, особливо враховуючи процеси глобалізації та інтеграції країни у світовий економічний простір. Загалом питання реформування земельних відносин для України, без перебільшення, є пріоритетним напрямом стратегічного розвитку національної економіки. Сьогодні від реалізація земельної реформи, що проводиться в Україні, залежить не тільки продовольча безпека країни, а й темпи розвитку всіх галузей національної економіки. Пошук оптимальної та, що головне, дієвої моделі земельних відносин між усіма суб'єктами аграрного ринку вимагає консолідованого підходу до вирішення цього питання з обов'язковим урахуванням інтересів усіх його учасників. Метою земельної реформи має стати зростання економічної ефективності аграрного сектору економіки, зменшення або повна ліквідація соціальної напруги у аграрній сфері, викорінення корупції у земельних питаннях, повноцінний розвиток усіх форм господарювання, починаючи від малого бізнесу та закінчуючи великим бізнесом тощо.

Ключові слова: *земля, земельна реформа, мораторій, конкуренція, корупція, державне регулювання, земельний кодекс.*

Актуальность земельной реформы как для аграрного сектора экономики, так и для национальной экономики в целом невозможно переоценить, особенно учитывая процессы глобализации и интеграции страны в мировое экономическое пространство. В целом, вопрос реформирования земельных отношений для Украины, без преувеличения, является приоритетным направлением стратегического развития национальной экономики. Сегодня от реализация земельной реформы, которая проводится в Украине, зависит не только продовольственная безопасность страны, но и темпы развития всех отраслей национальной экономики. Поиск оптимальной и, что главное, действенной модели земельных отношений между всеми субъектами аграрного рынка требует консолидированного подхода к решению этого вопроса с обязательным учетом интересов всех его участников. Целью земельной реформы должен стать рост экономической эффективности аграрного сектора экономики, уменьшение или полная ликвидация социального напряжения в аграрной сфере, искоренение коррупции в земельных вопросах, полноценное развитие всех форм ведения хозяйства, начиная от малого бизнеса и заканчивая большим бизнесом.

Ключевые слова: *земля, земельная реформа, мораторий, конкуренция, коррупция, государственное регулирование, земельный кодекс.*

Earth is a national geopolitical capital of the country, which plays a fundamental role not only in its socio-economic development, but also as a pledge of its independence. The relevance of land reform for the agrarian sector of the economy and for the national economy as a whole cannot be overestimated, especially given the processes of globalization and integration of the country into the world economic space. The development of the agro-industrial complex has historically been based on universally recognized values, one of which is private ownership, including land ownership. This conclusion is confirmed by the modern land reform, which underlies the transformation of land ownership relations. In general, the issue of reforming land relations for Ukraine, without exaggeration, is a priority direction for the strategic development of the national economy. This assertion is unquestionable given that Ukraine remains an agricultural country in one way or another and, accordingly, this sector requires comprehensive research to find new optimal ways of improving the legal, economic, social and environmental aspects in line with the current realities of the world geopolitical situation. Today, not only the country's food security, but also the pace of development of all sectors of the national economy depend on the implementation of land reform in Ukraine. Finding the best and most importantly effective model of land relations between all actors of the agrarian market requires a consolidated approach to address this issue, with due regard for the interests of all its participants. The goal of land reform should be to increase the economic efficiency of the agricultural sector of the economy, reduce or completely eliminate social tensions in the agricultural sector, eradicate corruption in land issues, complete development of all forms of management, starting from small business and ending with big business, etc. Therefore, the development and implementation of a rational mechanism for the state management of land resources and the formation of effective land relations in Ukraine remains a relevant area for scientific research. It should be noted that the reforms were supported by society when the state combined economic, social, agrarian, land and administrative-territorial transformations and took into account the opinion of the community.

Key words: *land, land reform, moratorium, competition, corruption, state regulation, land code.*

Постановка проблеми. В умовах трансформації економіки України в період реформування аграрного сектору постає питання розроблення та впровадження дієвих механізмів та інструментів успішного виконання поставлених завдань, де питання переформатування земельних відносин стає чи не найголовнішим.

Нині ні в кого не виникає сумніву, що сучасні земельні відносини в Україні потребують якнайшвидшого переформатування та вдосконалення в законодавчому, економічному та організаційно-управлінському аспектах з метою їх адаптації до сучасних умов економічного розвитку з урахуванням глобального впливу зовнішніх чинників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом проблеми розподілу землі, відносини між учасниками ринку землі турбували не одне покоління науковців, починаючи від історичних постатей, теоретиків економічної науки, закінчуючи сучасними дослідниками, такими як: Дж. Андерсон, Ф. Кене, Т. Мальтус, А. Маршалл, К. Маркс, В. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт, А.-Р. Ж. Тюрго. Ці проблеми вивчали і видатні вітчизняні науковці більш пізнього періоду та сучасні дослідники: В.Г. Андрійчук, І.К. Бистря-

ков, Л.М. Бойко, П.І. Гайдуцький, Д.С. Добряк, Й.М. Дорош, І.Г. Кириленко, О.А. Корчинський, О.М. Могильний, Ю.О. Лупенко, В.Я. Месель-Веселяк, Л.Я. Новаковський, Б.Й. Пасхавер, М.І. Пугачов, П.Т. Саблук, В.М. Трегобчук, А.М. Третяк, М.А. Хвесик, О.В. Ходаківська та багато інших.

Незважаючи на те, що питанням земельних відносин займалося не одне покоління науковців, воно і досі викликає чимало дискусій, а тому потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є пошук найбільш оптимальної моделі земельних відносин, спираючись на досвіт інших країн, з урахуванням особливостей власного історичного розвитку та сучасних економічних та соціальних тенденцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливої актуальності вдосконалення механізмів управління земельними ресурсами та земельними відносинами у агарному секторі економіки України набуло після набуття незалежності країною та в результаті необхідності зміни застарілих методів господарювання, що спонукало до переходу на нові, прогресивні, ринкові відносини.

Земля є ключовим ресурсом для розвитку національної економіки та соціальної сфери будь-якої країни світу.

Загальна площа земельних угідь України сягає 60 млн га. Нині площа сільськогосподарських угідь в Україні становить близько 70% усіх земель; серед них орні землі – в середньому 55%, а в окремих областях – більш ніж 80%. Україна володіє 8,7% світових запасів чорноземів, які є найродючішими та найбагатшими на вміст гумусу (органічної речовини). Чорноземи займають близько 27,8 млн га, що становить 67,7% від загальної кількості сільськогосподарських угідь України [1].

Вся земельна площа України утворює земельний фонд, до складу якого входять сільськогосподарські угіддя, орні землі, сіножаті, пасовища тощо (табл. 1).

Для України 2001 рік можна вважати ключовим моментом земельної реформи, коли була ухвалена нова редакція Земельного кодексу України, де були закладені основи реформування земельних відносин і передбачалося [2]:

– запровадження приватної власності на землю та її розвиток;

– обов'язкове гарантування державою прав на землю громадянам та юридичним особам;

– розмежування земель державної та комунальної власності;

– нарощення економічного потенціалу земель у населених пунктах;

– впровадження державного управління земельними ресурсами й землекористування на основі економічних методів та інструментаріїв;

– вдосконалення та розвиток орендних відносин в аграрному секторі.

Проте старт реформ аграрного сектору економіки України було заблоковано одночасним прийняттям мораторію, який передбачав тимчасову заборону (яка продовжується і донині) власникам паїв здійснювати купівлю-продаж своїх земельних ділянок, змінювати їхнє цільове призначення, вносити права на земельну частку (пай) до статутних капіталів господарських товариств та передавати у заставу, що практично нівелювало право власності на землю.

Запровадження мораторію на купівлю-продаж землі сільськогосподарського призначення практично загальмувало проведення аграрної реформи, призвело до низки негативних чинників, а саме:

– основною місією мораторію було запобігти концентрації сільськогосподарських земель у одного власника, що в результаті призвело до протилежного ефекту. Так, нині в окремих агрохолдингів сконцентровано до 600 тис. га сільськогосподарських земель, і пояснюється це тим, що великим компаніям немає необхідності володіти землею (купувати), достатньо її взяти за безцінь в

Таблиця 1

Динаміка земельного фонду України, тис. га

Категорії земельних угідь	Станом на 01.01, рік					Відношення 2018 р. до 2005 р., %
	2005	2010	2015	2016	2018	
Сільськогосподарські землі	42985,8	42813,7	42731,5	42726,4	42721,5	99,4
у т.ч. сільськогосподарські угіддя	41763,8	41569,4	41511,7	41507,9	41489,3	99,3
з них: рілля	32482,2	32478,4	32531,1	32541,3	32544,3	99,5
перелоги	409,7	320,8	239,4	233,7	229,3	55,9
багаторічні насадження	903,8	897,7	892,9	892,4	891,8	98,7
сіножаті	2438,0	2409,8	2407,3	2406,4	2405,3	98,6
пасовища	5530,1	5489,7	5441	5434,1	5421,5	98,1
інші сільськогосподарські землі	1222,0	1244,3	1219,8	1218,5	1217,2	99,4
Лісові площі	10475,9	10591,9	10630,3	10633,1	10634,8	101,5
Забудовані землі	2458,3	2499,1	2550,4	2552,9	2554,1	103,9
Відкриті заболочені землі	957,1	979,4	982,6	982,3	983,1	102,7
Разом територія	60354,8	60354,8	60354,9	60354,9	60354,9	100,0

Джерело: [1]

оренду у власників паїв, які не мають інших варіантів реалізації своїх прав;

– мораторій на купівлю-продаж сільськогосподарських земель прямо суперечить законодавству України та її Конституції, що обмежує право власності на розпорядження землею, яке передбачає передачу права власності іншим особам. Що характерно, більшість власників земельних паїв не мають бажання або не в змозі обробляти самостійно свої земельні ділянки (відсутність матеріальних можливостей, досвіту ведення сільськогосподарського виробництва, відстань до власного паю іноді досягає 10–15 км від місця проживання та інше), і це спонукає власників скористатися єдиним варіантом – здачею в оренду за заниженими цінами;

– мораторій на землю призвів до катастрофічного за масштабом розкрадання державних земель;

– мораторій на купівлю-продаж землі призвів до спотворення структури виробництва сільськогосподарської продукції. Сьогодні більшість компаній агрохолдингового типу зосереджена на виробництві високорентабельних, але одночасно екологічно небезпечних культур (соняшник, кукурудза, рапс), які повністю виснажують родючість ґрунтів, тим самим завдаючи неабиякої шкоди реальним власникам земельних паїв та державі загалом. Вирощування таких культур потребує суворого дотримання технології їх виробництва (сівозміни, внесення добрив, обробка ґрунтів тощо), чим агрохолдинги переважно нехтують, враховуючи, що земельні ділянки у них у тимчасовому користуванні;

– збереження мораторію на продаж землі гальмує розвиток аграрних відносин через перешкоджання залучення інвестицій, що особливо актуально для малого та середнього бізнесу. Насамперед це відбувається через унеможливлення кредитування, яке стає неможливим без застосування фінансових механізмів на кшталт іпотеки;

– запровадження мораторію так чи інакше стимулює виведення земельних паїв із сфери товарного виробництва, що однозначно негативно позначається на їхній вартості. Як результат, програє не лише власник земельної ділянки – селянин, а і той потенційний покупець, який хотів би створити більше за розміром приватне господарство, викуповуючи земельні ділянки інших власників і тим самим нарощуючи власне землекористування;

– мораторій руйнує соціальну інфраструктуру села та сприяє збіднінню сільського населення через гальмівні процеси розвитку малого та середнього класу, який є фундаментом будівництва соціальної аграрної сфери.

Земельна реформа передбачає різні механізми та інструментарії регулювання відносин у процесі здійснення господарської діяльності в аграрному секторі національної економіки.

У більшості розвинутих країн законодавством передбачено різні моделі реформування аграрного сектору, серед яких найгостріше стоїть питання обмеження на кількість придбання землі сільськогосподарського призначення, що дозволяє уникнути монополізації аграрного ринку.

Так, у більшості європейських країн є свої вимоги, які індивідуальні для кожної окремої країни. До прикладу, у Литві є обмеження для покупців земельних ділянок, кожен із них має мати досвід роботи у сільськогосподарському виробництві на протязі не менше трьох років.

У Німеччині є свої вимоги до потенційних покупців земельних ділянок. В цій країні є кількісні обмеження на володіння у розмірі 450 га для однієї особи, і покупець обов'язково має проживати на території, де розташована земельна ділянка.

Реформування земельних відносин в Україні також передбачає певні обмеження на володіння землею. Нові доповнення у Земельному кодексі України [2], запропоновані на обговорення депутатам Верховної Ради України, рекомендують обмеження на володіння земельними ділянками сільськогосподарського призначення: «однієї об'єднаної територіальної громади не повинна перевищувати 35% земель сільськогосподарського призначення такої громади»; «однієї області або Автономної Республіки Крим не повинна перевищувати 8% земель сільськогосподарського призначення»; «перевищувати 0,5% земель сільськогосподарського призначення України».

Такі обмеження є перспективно небезпечними, що може призвести до повного порушення балансу між малим і середнім бізнесом та великим бізнесом. Так, обмеження у 0,5% земель сільськогосподарського призначення може призвести до того, що власниками всіх земель аграрного сектору України стане близько 200 чоловік або фінансово-промислових груп, з розрахунку на одну особу близько 207 тис. га (середній розмір найбільших агрохолдингів в Україні), а, приміром, у сусідній Польщі діють обмеження на фізичну особу – 300 га, юридичну – 500 га [2].

Враховуючи потенційні загрози, говорити про досконалість закону з огляду на рівні та справедливі умови не приходиться.

Загалом відміна мораторію та запровадження ринку землі очевидна, і за продуманого законодавства ми можемо очікувати на позитивні зрушення вже незабаром.

Але позитивні зрушення аграрний сектор України від запровадження ринку сільськогосподарських земель може отримати тільки за послідовного та прозорого впровадження законів, які мають забезпечити справедливі та ефективні стосунки між всіма суб'єктами господарювання, без надання переваги чи одній, чи іншій формі (рис. 1).

Концептуальна модель розвитку земельних відносин, на наше переконання, дасть змогу розкрити весь потенціал агропромислового комплексу кра-

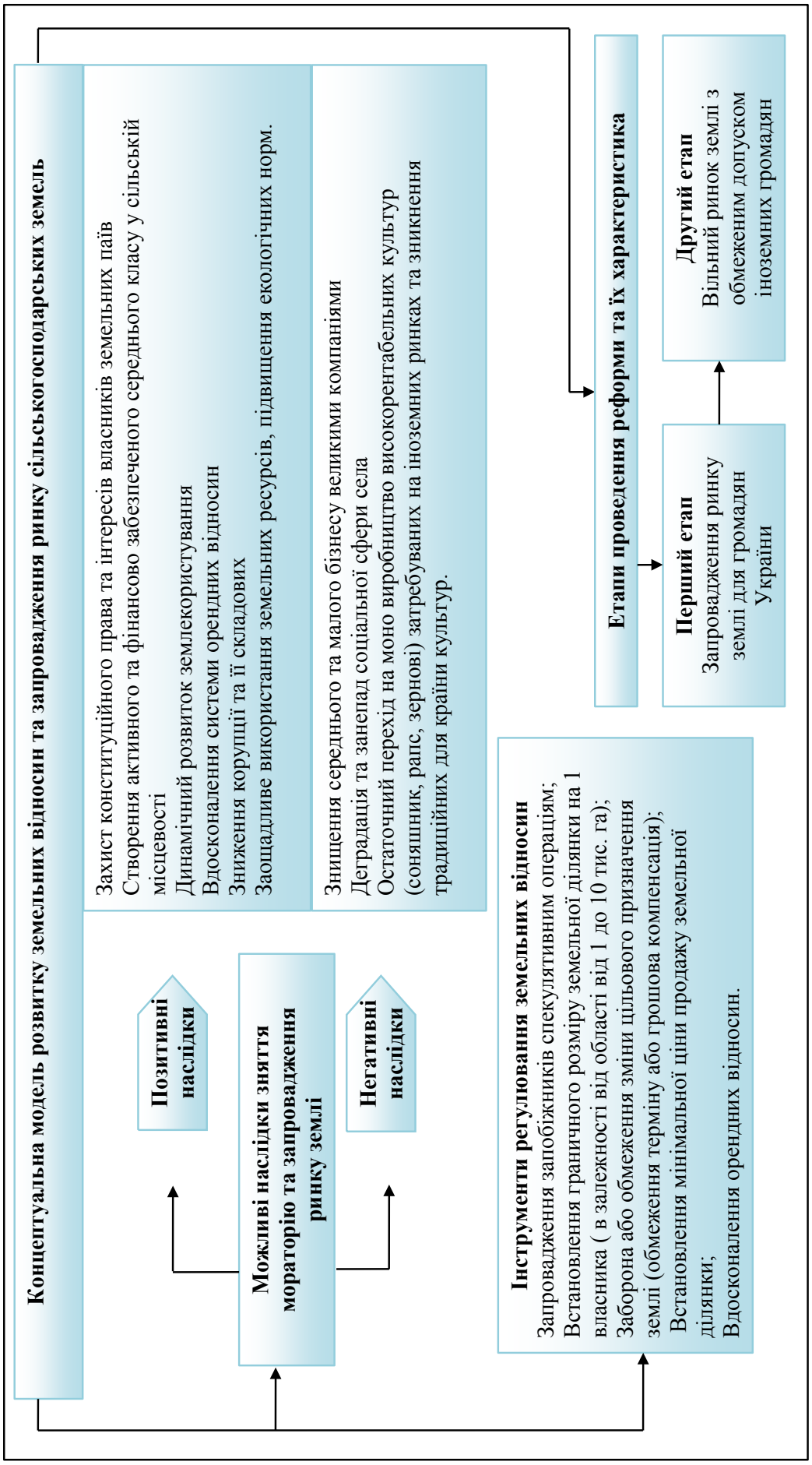


Рис. 1. Модель ринку сільськогосподарських земель після зняття мораторію

їни, але для її втілення необхідна консолідована позиція всіх причетних до цього процесу суб'єктів: і держави, і власників паїв, і агровиробників.

Запорукою успішної реалізації земельної реформи, на наш погляд, має стати втілення таких механізмів:

– обмеження на володіння землею сільськогосподарського призначення має бути у межах від 1 до 10 тис. га залежно від області. Це обґрунтовано тим, що забезпеченість землею в Україні на 1 людину значно вища, ніж у більшості країн світу. Сьогодні Україна займає четверту позицію у світі за показником площі сільськогосподарських угідь та ріллі на одного жителя. Тому дозволені обсяги землі на одного власника, дещо більші, ніж у країнах ЄС, дадуть можливість збалансувати розвиток малого та середнього бізнесу і задовольнити представників великого капіталу, що надасть нового імпульсу якісній та справедливій конкуренції між ними;

– з метою запобігання спекуляціям земельними ділянками після зняття мораторію необхідно заборонити перепродаж цих ділянок щонайменше на 10 років;

– повна або часткова заборона зміни цільового призначення земельної ділянки на 10 років або, як варіант, впровадження механізму грошової компенсації від зміни цільового призначення, що дасть змогу компенсувати недоотримання сільськогосподарської продукції країною, а власнику земельної ділянки отримати право на її використання на власний розсуд;

– після зняття мораторію орендна форма господарювання має продовжитися за бажанням власників земельних ділянок, але механізм її проведення має бути вдосконалено. Насамперед це має стосуватися питання визначення мінімальної ціни та строку оренди, які будуть задовольняти як орендаря земельної ділянки, так і орендодавця;

– з метою забезпечення якісної конкуренції на аграрному ринку необхідно дозволити продаж землі іноземцям. Відбуватися це має в два етапи, де на першому етапі необхідно дозволити обіг земельних ділянок тільки серед громадян України, на другому етапі – дозволити продаж іноземцям із кількісним обмеженням, наприклад 35% від загальної кількості загалом по країні.

Висновки з проведеного дослідження. З метою запобігання деструктивним наслідкам проведення земельної реформи необхідно врахувати інтереси всіх сторін суб'єктів аграрного ринку з упровадженням оптимального та дієвого механізму їхньої взаємодії.

Саме від вибраної моделі реформування земельних відносин та її реалізації залежить, чи перетвориться Україна в потужного геополітичного гравця на світовому аграрному ринку, чи стане неоколонією «іноземних партнерів», втративши своє найбільше багатство – землю, а разом з нею і незалежність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 20.06.2019).

2. Земельний кодекс України. Відомості Верховної Ради України, 2002 р., № 3–4, ст. 27.

3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

4. Зінчук Т.О. Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки : монографія. Житомир : ДВНЗ «Державний агроекологічний університет», 2008. 384 с.

5. Ющенко Н. Міжнародний досвід у розвитку і регулюванні ринку аграрної землі в Україні. Статистичне та експертно-аналітичне забезпечення управління сталим розвитком економіки і соціальної сфери: моногр. / за ред. В. Маргасової. Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2017. С. 262–279.

6. Геєць В., Юрчишин В., Бородіна О., Прокопа І. Соціоекономічна модернізація аграрного сектору України (концептуальні положення). Економіка України. 2011. № 12. С. 4–14.

7. Присяжнюк М., Саблук П., Кропивко М. Про необхідність і напрями поглиблення аграрної реформи. Економіка України. 2011. № 6. С. 4–16.

8. Пасхавер Б. Сценарії розвитку агросфери. Економіка України. 2011. № 11. С. 38–44.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 20 June 2019).

2. Zemel'nyy kodeks Ukrayiny (2002). Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. № 3–4, st. 27.

3. Yankovyi O. (2013). Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement]. Odessa. (in Ukranian)

4. Zinchuk T.O. (2008) Yevropeiska intehratsiia: problemy adaptatsii ahrarnoho sektora ekonomiky [European integration: problems of adaptation of the agrarian sector of the economy]. Zhytomyr. (in Ukranian)

5. Yushchenko N. (2017) Mizhnarodnyi dosvid u rozvytku i rehuliuvanni rynku ahrarnoi zemli v Ukraini [International experience in the development and regulation of the agrarian land market in Ukraine] // Statystychne ta ekspertno-analitychne zabezpechennia upravlinnia stalym rozvytkom ekonomiky i sotsialnoi sfery : monohr. / [za red. V. Marhasovoi]. Chernihiv: Chernih. nats. tekhnol. un-t, pp. 262–279. (in Ukrainian)

6. Heiets V., Yurchyshyn V., Borodina O., Prokopa I. (2011). Sotsioekonomichna modernizatsiia ahrarnoho sektoru Ukrainy (kontseptualni polozhennia) [Socioeconomic modernization of the agrarian sector of Ukraine (conceptual provisions)]. Ekonomika Ukrainy, № 12, pp. 4–14.

7. Prysiazhniuk M., Sabluk P. and Kropyvko M. (2011). Pro neobkhidnist i napriamy pohlyblennia ahrarnoi reformy [On the Need and Directions of Deepening of Agrarian Reform]. Ekonomika Ukrainy, № 6, pp. 4–16.

8. Paskhaver B. (2011) Stsenarii rozvytku ahrosfery [Scenarios of agrosphere development]. Ekonomika Ukrainy, № 11, pp. 38–44.

Radchenko Oleksander
Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
Odessa I.I. Mechnikov National University

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF LAND REFORM IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

The purpose of the article. Given the significant deterioration of the quality of agricultural land, the rational and effective use of agricultural land is one of the main social, economic and environmental problems of society. Improving land relations is an important way of addressing this, as they mediate the interests of all entities involved in the land in the course of its use, and thus affect the effectiveness of their operation. The development of the agro-industrial complex has historically been based on universally recognized values, one of which is private ownership, including land ownership. This conclusion is confirmed by the modern land reform, which underlies the transformation of land ownership relations. In general, the issue of reforming land relations for Ukraine, without exaggeration, is a priority direction for the strategic development of the national economy. This assertion is unquestionable given that Ukraine remains an agricultural country in one way or another and, accordingly, this sector requires comprehensive research to find new optimal ways of improving the legal, economic, social and environmental aspects in line with the current realities of the world geopolitical situation.

Methodology. The methodological basis of the dissertation research is the dialectical method of cognition of economic phenomena and theoretical principles outlined in the works of domestic and foreign scientists on the formation, evaluation and management of competitiveness. The following methods were used in the study: abstract-logical (theoretical generalizations and conclusions formation); monographic (study of experience of formation and development of land relations in agriculture); comparison (comparison of the level of efficiency of functioning of agricultural enterprises and the efficiency of land use in different forms of ownership and organizational and legal forms of management.

Results. Recommendations on improvement of the mechanism of state regulation of the land market and land market relations and its technical regulation in agriculture have been developed, the main strategic directions of development of land relations in agriculture and its provision have been defined, the substantiated methods and sequence of realization and financing of transactions of sale and sale of agricultural land sources as well as the results of generalizing the experience of foreign countries on solving major problems in improving Land relations in agriculture are approved and accepted for implementation

Value/originality. The conclusions and proposals formed on the basis of the results of the conducted research are the basis for making informed decisions on prioritizing the directions of development of land relations in order to increase the level of their effectiveness as a basis for improving the efficiency of functioning of agricultural enterprises. Therefore, the development and implementation of a rational mechanism for the state management of land resources and the formation of effective land relations in Ukraine remains a relevant area for scientific research. It should be noted that the reforms were supported by society when the state combined economic, social, agrarian, land and administrative-territorial transformations and took into account the opinion of the community.

CLUSTERING AS ONE OF THE DIRECTIONS OF EFFECTIVE STRATEGIC MANAGEMENT IN THE MARITIME COMPLEX

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В МОРЕГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ

UDC 334+65.012.32
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-17

Frasyniuk Tatyana
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Senior Lecturer at the Department
of Economic Theory and Entrepreneurship
in Maritime Transport
National University
«Odessa Maritime Academy»
Babachenko Marina
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department
of Management and
Sea Transport Economics
National University
«Odessa Maritime Academy»

The article analyzes the state and prospects of development of the national sea economic complex. Given the general trends of the global maritime trade market and the experience of the developed maritime countries, Ukraine should pay attention to the development and implementation of a clear state maritime policy, which aims to create adequate conditions for the formation of an effective strategy for the development of the sea economic complex. The importance of cluster policy for Ukraine and organizational and structural changes in accordance with the cluster strategy are analyzed. In view of this, it is justified the need to create special structures that will be responsible for the development of cluster projects. The main task is to create adequate regulated tools that will ensure their self-development and the formation of a favorable business climate for their transformation into an institutional system of cluster structure.

Key words: *maritime complex, maritime administration, global market of transport services, cluster, strategic management, development strategy of the maritime complex.*

В статье анализируется состояние и перспективы развития национального море хозяйственного комплекса. Учитывая общие тенденции развития глобального рынка морской торговли и опыт развитых морских держав Украине следует уделить внимание разработке и реализации четкой государственной морской политики, целью которой является создание адекватных условий для формирования эффективной стратегии развития море хозяйственного комплекса. Проанализировано значение кластерной политики для Украины и организационно-структурные изменения в соответствии кластерной стратегии. Учитывая это обоснована необходимость создания специальных структур, которые будут отвечать за развитие кластерных проектов. Основная задача заключается в создании адекватного регулируемого инструментария, который обеспечит их саморазвитие и формирование благоприятного бизнес климата для их преобразования в институциональную систему кластерной структуры.

Ключевые слова: *морехозяйственный комплекс, морское администрирование, глобальный рынок транспортных услуг, кластер, стратегическое управление, стратегия развития морехозяйственного комплекса.*

У статті аналізується стан та перспективи розвитку національного море господарського комплексу. З огляду на загальні тенденції розвитку глобального ринку морської торгівлі та досвід розвинених морських держав Україні слід приділити увагу розробці та реалізації чіткої державної морської політики, метою якої є створення адекватних умов для формування ефективної стратегії розвитку море господарського комплексу. У статті розглянуті питання, пов'язані як з концептуальним обгрунтуванням, так і з практикою просторового розвитку морегосподарського комплексу України з огляду на формування глобального нового техніко-економічного укладу в судноплавстві і виходу діяльності морегосподарського комплексу на якісно інший рівень. Об'єктивні закономірності переходу до інноваційної траєкторії ефекту масштабу, впровадження в морегосподарський комплекс елементів постіндустріальної економіки, заснованої на знаннях, і її національних інноваційних систем вимагають використання принципово нових підходів до стратегічного управління розвитку морегосподарського комплексу, перш за все в напрямку посилення його інтегрального характеру. Таким чином, розглядається комплексний підхід до системи стратегічного управління, що передбачає єдину, цілісну, скоординовану і послідовну національну морську політику, яка націлена на ефективний розвиток море господарського комплексу в цілому, збалансований розвиток його елементів, комплексне удосконалення та управління морською галуззю та адекватна система морського адміністрування на національному рівні. Увага акцентується на закономірностях збалансованості функціонування національного сектору морської транспортної індустрії. Виділяються аспекти кластеризації в інтересах підвищення конкурентоспроможності національного морегосподарського комплексу України. Визначено основну концепцію розвитку національного морегсподарського комплексу. Представлена схема структурних елементів концепції розвитку національного ринку морської торгівлі. Проаналізовано значення кластерної політики для України та організаційно-структурні зміни відповідно кластерній стратегії. З огляду на це обґрунтовано необхідність створення спеціальних структур, які будуть відповідати за розвиток кластерних проектів. Основне завдання полягає в створенні адекватного регульованого інструментарію, який забезпечить їх саморозвиток і формування сприятливого бізнес клімату для їх перетворення в інституційну систему кластерної структури.

Ключові слова: *морегосподарський комплекс, морське адміністрування, глобальний ринок транспортних послуг, кластер, стратегічне управління, стратегія розвитку морегосподарського комплексу.*

Problem Statement. An analysis of the status and development prospects of the national maritime economic complex, as well as the experience of the leading maritime powers, indicate the need for the development and implementation of a clear state maritime policy. The most important goal of this policy is to create adequate conditions for the formation of an effective strategy for the development of the maritime economic complex.

In view of this, in global conditions, the effective positioning of the national maritime economic complex of Ukraine is inferior to many developed countries. The formation of a global new technical and economic structure in shipping has sharply actualized and brought to a qualitatively different level many issues related to both the conceptual justification and the practice of spatial development of the Ukrainian maritime sector. The objective laws of the transition to an innovative trajectory of the economies of scale, the introduction of knowledge-based elements of a post-industrial economy and its national innovation systems into the maritime economic complex require the use of fundamentally new approaches to the strategic management of the development of the mari-

time economic complex, primarily in the direction of strengthening its integral character.

Moreover, the greatest effective development can be achieved through an integrated approach to the strategic management system. Such an approach involves the announcement of a unified, holistic, coordinated and consistent national maritime policy aimed at improving the effectiveness of all elements of the maritime economy, their balanced development, comprehensive improvement and management as a whole, as well as an adequate system of maritime administration at the national level. In addition, such a policy should facilitate the transition of the development of the national maritime trade market to a path of sustainable growth in the interests of future generations, which provides for the competitiveness of the national maritime industry with reliance on innovative development.

The theoretical significance of the study is determined by the need to develop scientific and methodological foundations for creating a network of clusters in the interest of increasing the competitiveness of the national maritime economic complex. To solve this problem, it seems logical to clarify the conceptual apparatus of the study of the world experience in implementing cluster policy, as well as national and foreign concepts of strategic forecasting and long-term planning in the development of Ukraine as a sea power.

Literature Review. The information base of the article was made up by official data of state statistical reporting, in particular, materials of the State Statistics Service of Ukraine, international organizations, publications and a database of IMO, Eurostat and other information banks, including statistical agencies from around the world, official Internet resources of government bodies, national and foreign analytical reports on the spatial development of maritime activities of Ukraine and other countries, scientific, methodological, regulatory and informational and educational publications of the Ukrainian and foreign authors related to the topics being studied.

The cluster concept was considered in the publications of such authors as E.A. Boyko, N.G. Grebenik, M.V. Botnaruk, S.V. Kryzhanovsky, who, in particular, substantiated the necessity of creating maritime clusters and, on this basis, determined the factors of increasing competitiveness of the maritime units.

It should be noted that the theoretical and methodological studies related to the subject of strategic management research in the effective development of all subsystems of the maritime economic complex are practically absent, due to the relative novelty of the proposed concepts.

Research Objective. The purpose of this article is to determine and scientifically and methodologically substantiate the development of clusters to increase the effectiveness of strategic management in the development of the national maritime economic complex of Ukraine.

Key Results. The results of functioning and the state of the national maritime economic complex show that more attention should be paid to the issues of strategic management in this industry. First of all, it is necessary to determine the concept of the development strategy of the national maritime economic complex.

The development strategy of the national maritime economic complex is the systematization and formulation of long-term economic development goals and the development of basic methods and ways to achieve them.

The socio-economic and resource goals of the formation and choice of strategy presuppose the existence of a complex set of indicators for making and monitoring the implementation of decisions. The systematization of the methods used at each stage of setting the goal, as well as the methods for calculating the expected parameters, make it possible to determine the fundamental directions for the development of the maritime economic complex.

The concept diagram of the development of the national maritime economic complex is presented in Figure 1. It includes the main indicators and objectives of the development of the national maritime economic complex.

At present, the reproductive core of the maritime economic complex, based on the latest technological base, is rapidly forming in the developed sea powers and developing states near the sea. A special place among the priority vectors of modernization is occupied by the problem of introducing modern forms of spatial organization of the economy, among which the cluster is a priority. Improving the competitiveness of the Ukrainian maritime trade market through the clustering of the maritime industry is fully in line with the national strategic approach to the country's socio-economic development. The concept of long-term socio-economic development of Ukraine should consider the creation of a network of territorial-production clusters that realize the competitive potential of the territories, the formation of a number of innovative high-tech clusters in the country.

The importance of clusters and cluster policy for Ukraine lies in their ability to impart a knowledge-based nature to traditional resource development of the sea, to promote diversification of the economy, to promote the dynamic development of transport, energy, communication infrastructure, the growth of small and medium-sized businesses, and the introduction of public-private partnership instruments in maritime activities, including creation of a network of sites for regular interaction of business, scientific and educational structures, civil society institutions the EU ETS and public authorities.

In accordance with the cluster strategy, the organization of management of the strategic development of the maritime complex involves certain organiza-

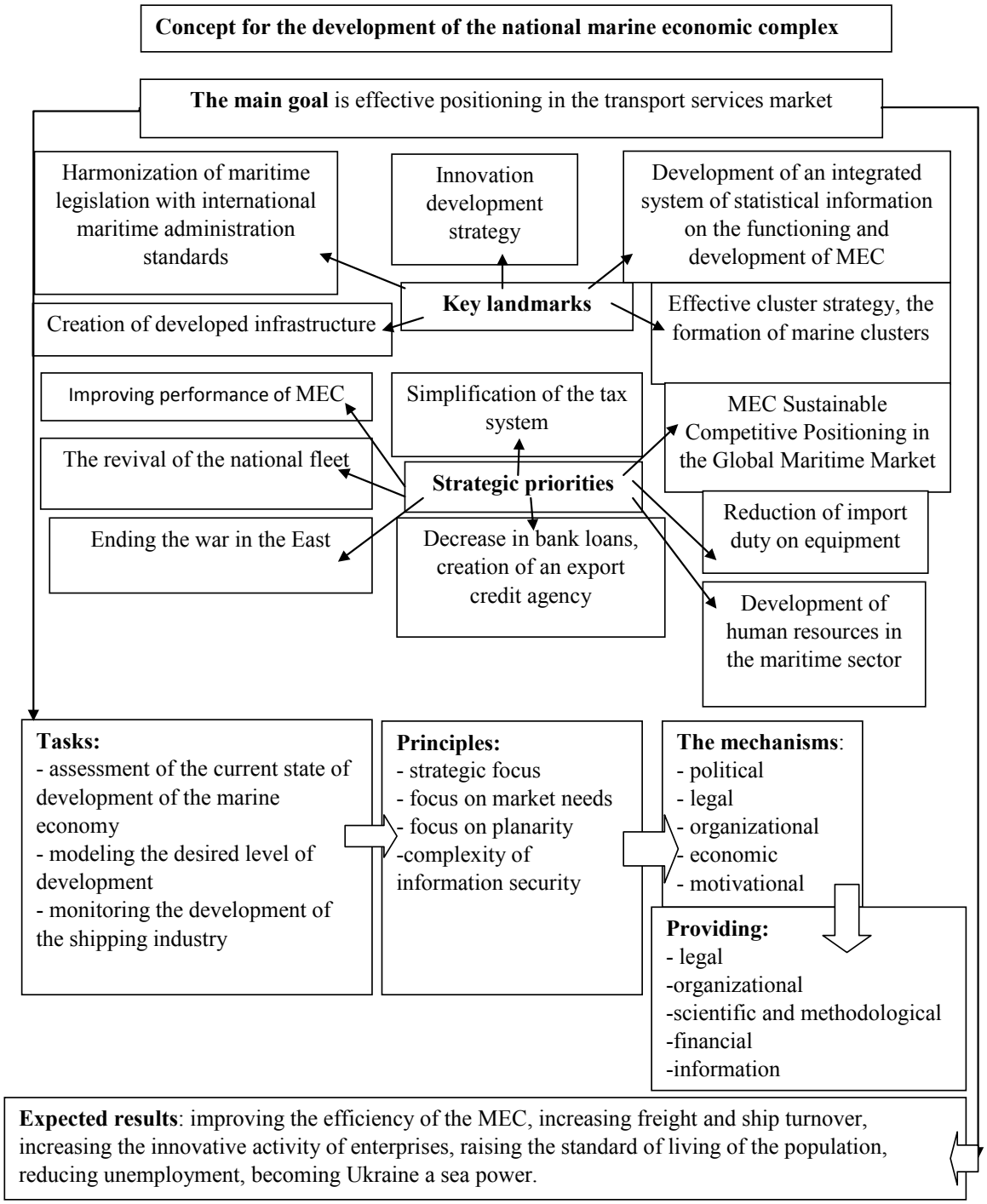


Fig. 1. Structural elements of the concept of development of the national maritime economic complex

Source: developed by the authors

tional and structural changes in the administration system. In view of this, it is necessary to create special structures that will be responsible for the development of cluster projects. Basic institutional elements of the cluster, such as, for example, maritime administrations, already exist. However, the main task is to create adequate regulated tools that will ensure their self-development and the formation of a favorable business climate for their transformation into an institutional system of cluster structure.

Clustering allows the state to formulate a strategy in the field of integrated socio-economic development of the maritime complex region, taking into account its accumulated potential. Cluster policy is a kind of integral phenomenon, as it combines national and regional policies, policies for supporting small businesses, attracting foreign and domestic investments, innovative, scientific, technical, educational and other types of policies.

Thus, the cluster strategy for the development of the maritime economic complex consists in ensuring

a stable unity of fundamental science, engineering sector of design and development, high-tech production sector, financial and organizational infrastructure and government regulatory institutions at various levels, within the framework of which there is a coordination mechanism for the technical re-equipment of the maritime cluster. Only within the framework of the given interconnection, favorable conditions are formed for making effective investment decisions aimed at developing the maritime industry and ensuring a stable positioning of the national maritime trade market in the global market system.

Conclusions. As world practice shows, one of the promising areas for the effective positioning of Ukraine in the international division of labor, increasing the competitiveness of the national economy is the effective implementation of cluster policy, the creation and development of a network of clusters of various specializations. It is this approach that creates the prerequisites for diversifying the economy, contributes to the strengthening of intersectoral, interregional and international relations, contributes to the industrialization and establishment of the service market, the intensification of public-private partnerships, which together leads to sustainable socio-economic growth and balanced national development of the country.

Clustering has become one of the main directions of state policy to increase national and regional competitiveness in developed maritime powers and actively developing countries by the sea. In contrast to traditional maritime policy, where a certain branch of the maritime economy complex is chosen as an object, the cluster approach combines intersectoral and territorial principles.

The cluster allows Ukraine to develop a comprehensive view of the state policy of national development of the country, taking into account the potential for socio-economic growth, promising national and global trends and changes in the structure of the main factors of production based on the synergistic relationship between the main actors of the maritime economic complex, shared vision and common goals.

REFERENCES:

1. Babachenko M.V. (2014) Parametry i faktory strukturnikh transformatsiy torgovogo flota mira [Parameters and factors of structural transformations of the merchant fleet of the world]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Naukovyi zhurnal. Ekonomichni nauky [Bulletin of Khmelnitsky National University. Scientific journal. Economic sciences],* vol. 3, no. 2, pp. 200–203.

2. Bareev T. (2012) Ponjatie I osnovnye cherty klastera [The concept and main features of the cluster]. *Jekonomicheskie nauki [Economicscience],* No 8, p. 106.

3. Kostenko O. (2016) Sostav i struktura strategii razvitija klastera: piramida strategij [The composition and structure of the cluster development strategy: a pyramid of strategies]. *Jekonomika I predprinimatel'stvo [Economics and Entrepreneurship],* no. 9(74), p. 641.

4. Kurkudinov E. (2010) Klasternyj podhod kak tehnologija upravlenija jekonomicheskim razvitiem regiona [Cluster approach as a technology for managing the economic development of a region]. *Jekonomicheskie nauki [Economic science], No.* 10(71), pp. 171–172.

5. Frasinyuk T.I. (2012) Faktory i zadachi morskogo administrirovaniya v razvitii ukrainskogo torgovogo flota [Factors and tasks of maritime administration in the development of the Ukrainian merchant fleet]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of Economics of Transport and Industry]. Issue. 39. Pp. 76–79.

6. Sham'enova G., Najdenov M. (2016) Teoreticheskie aspekty formirovanija innovacionnyh strategij klasternogo razvitija regionov [Theoretical aspects of the formation of innovative strategies for cluster development of regions]. *Innovacionnaja dejatel'nost' [Innovation activity]*, No. 1(36), pp. 68–69.

7. Frasyniuk T., Primacheva N. (2018) Maritime Shipping Industry Within the System of Global Economic Relations Sustainability. *International Journal of Engineering & Technology.* Vol.7, No 4.3 : Special Issue 3. Pp. 451–455.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабаченко М.В. Параметры и факторы структурних трансформаций торгового флота мира. *Вісник Хмельницького національного університету. Науковий журнал. Економічні науки.* 2014. № 2, т. 3. С. 200–203.

2. Бареев Т. Понятие и основные черты кластера. *Экономические науки.* 2012. № 8. С.106.

3. Костенко О. Состав и структура стратегии развития кластера: пирамида стратегий. *Экономика и предпринимательство.* 2016. № 9(74). С. 641.

4. Куркудинов Е. Кластерный подход как технология управления экономическим развитием региона. *Экономические науки*. 2010. № 10(71). С. 171–172.

5. Фрасинюк Т.И. Факторы и задачи морского администрирования в развитии украинского торгового флота. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2012. Вип. 39. С. 76–79.

6. Шамьенова Г., Найденов М. Теоретические аспекты формирования инновационных стратегий кластерного развития регионов. *Инновационная деятельность.* 2016. № 1(36). С. 68–69.

7. Frasyniuk T., Primacheva N. Maritime Shipping Industry Within the System of Global Economic Relations Sustainability. *International Journal of Engineering & Technology.* 2018. Vol. 7, No 4.3: Special Issue 3. Pp. 451–455.

Frasyniuk Tatyana
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Economic Theory
and Entrepreneurship in Maritime Transport
National University «Odessa Maritime Academy»
Babachenko Marina
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Management
and Sea Transport Economics
National University «Odessa Maritime Academy»

CLUSTERING AS ONE OF THE DIRECTIONS OF EFFECTIVE STRATEGIC MANAGEMENT IN THE MARITIME COMPLEX

A comprehensive approach to the strategic management system is being considered, providing for a single, integrated, coordinated and consistent national maritime policy aimed at efficient development of the sea of the economic complex as a whole, balanced development of its elements, comprehensive improvement and management of the maritime industry and an adequate system of maritime administration levels. The focus is on the patterns of balance in the functioning of the national sector of the maritime transport industry. The aspects of clustering are highlighted in the interests of increasing the competitiveness of the national maritime economic complex of Ukraine.

The basic concept of development of the national maritime economic complex is defined. The scheme of structural elements of the concept of development of the national maritime trade market is presented.

Clustering has become one of the main directions of state policy to increase national and regional competitiveness in developed maritime powers and actively developing countries by the sea. In contrast to traditional maritime policy, where a certain branch of the maritime economy complex is chosen as an object, the cluster approach combines intersectoral and territorial principles.

The importance of cluster policy for Ukraine and organizational and structural changes in accordance with the cluster strategy are analyzed. In view of this, it is justified the need to create special structures that will be responsible for the development of cluster projects. The main task is to create adequate regulated tools that will ensure their self-development and the formation of a favorable business climate for their transformation into an institutional system of cluster structure. The cluster allows Ukraine to develop a comprehensive view of the state policy of national development of the country, taking into account the potential for socio-economic growth, to take into account promising national and global trends and changes in the structure of the main factors of production based on the synergistic relationship between the main actors of the maritime economic complex, shared vision and common goals.

The greatest effective development can be achieved through an integrated approach to the strategic management system. Such an approach involves the announcement of a unified, holistic, coordinated and consistent national maritime policy aimed at improving the effectiveness of all elements of the maritime economy, their balanced development, comprehensive improvement and management as a whole, as well as an adequate system of maritime administration at the national level. In addition, such a policy should facilitate the transition of the development of the national maritime trade market to a path of sustainable growth in the interests of future generations, which provides for the competitiveness of the national maritime industry with reliance on innovative development. The theoretical significance of the study is determined by the need to develop scientific and methodological foundations for creating a network of clusters in the interest of increasing the competitiveness of the national maritime economic complex. To solve this problem, it seems logical to clarify the conceptual apparatus of the study of the world experience in implementing cluster policy, as well as national and foreign concepts of strategic forecasting and long-term planning in the development of Ukraine as a sea power.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ
ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE MUSEUM OF UKRAINE

УДК 339.13.01:338.48
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-18

Шикіна О.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет
Нєчева Н.В.
к.е.н., старший викладач
кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет

У статті досліджено стан діяльності музейних закладів Одеського регіону та України. За період 2010–2017 рр. в Україні кількість музеїв зросла на 12,33%, що в абсолютному виразі становить 63 музеї – це приблизно сім нових музеїв щороку. Найбільша питома вага серед музеїв за профілем припадає на категорію «комплексні» (у 2017 р. 40,9% від загальної кількості). Найменша кількість музеїв припадає на профіль «природничий», а за 2010–2017 рр. вони скоротилися на 40%, або на два музеї. За загальною площею будівель музеїв України в топі знаходяться м. Київ, Львівська та Хмельницька області; Одеська область займає 13-е місце із цифрою 2 1505 м². Проаналізовано стан основного фонду музеїв України та Одеської області. Загальна кількість предметів основного фонду музеїв України в 2017 р. становила 11 603 457 од., з яких 540 432 од. налічує Одеська область. Усі вони належать до державної частини Музейного фонду України. Кількість предметів наукового-допоміжного фонду музеїв України становила 6 053 872 од., з яких 86 200 од. нараховує Одеська область.

Ключові слова: *музеї, музейна справа, музейні фонди, науково-дослідна робота музеїв, експозиційна робота музеїв, музеї України, музеї Одеської області.*

В статье исследовано состояние деятельности музейных учреждений Одесского региона и Украины. За период 2010–2017 гг. в Украине количество музеев выросло на 12,33%, что в абсолютном выражении составляет 63 музея – это примерно семь новых музеев ежегодно. Наибольший удельный вес среди музеев по профилю приходится на категорию «комплексные» (в 2017 г. 40,9% от общего количества). Наименьшее количество музеев приходится на профиль «естественный», а за 2010–2017 гг. они сократились на 40%, или на два музея. По общей площади зданий музеев Украины в топе находятся г. Киев, Львовская и Хмельницкая области; Одесская область занимает 13-е место с цифрой 21 505 м². Проанализировано состояние основного фонда музеев Украины и Одесской области. Общее количество предметов основного фонда музеев Украины в 2017 г. составило 11 603 457 ед., из которых 540 432 ед. насчитывает Одесская область. Все они принадлежат к государственной части Музейного фонда Украины. Количество предметов научного вспомогательного фонда музеев Украины составило 6 053 872 ед., из которых 86 200 ед. насчитывает Одесская область.

Ключевые слова: *музеи, музейное дело, музейные фонды, научно-исследовательская работа музеев, экспозиционная работа музеев, музеи Украины, музеи Одесской области.*

In the article the state of activity of Museum institutions of Odesa region and Ukraine is investigated. Over the period 2010-2017 in Ukraine, the number of museums increased by 12.33 %, which in absolute terms is 63 museums - this is about 7 new museums annually. The largest share among museums in the profile falls on the category of "complex" (in 2017, 40.9 % of the total number). The smallest number of museums falls on the "natural" profile, and in 2010-2017 they decreased by 40.00 %, or 2 museums. The number of Museum visitors according to their profile was analyzed. Thus, the largest number of visitors in 2017 accounted for (38.0 %) at the historical museums, the second place was in the Museum, the third – art. According to official statistics, the least visited are natural museums – 153.0 thousand people (0.9 %). Considering the distribution of museums by status, please note that according to 2017 in Ukraine there are 48 national and 22 state museums in general. The largest number of museums with the status of both state and national according to available data has Kiev – 6 and 21 units, respectively. Odesa region does not have a single Museum, which has the status of national, while having on its account only 2 museums of state status. On the total area of buildings of museums of Ukraine in the top is Kiev, Lviv and Khmelnitsky region, while when Odesa region takes the 13th place with the figure of 21505 m². The state of the main Fund of museums of Ukraine and Odesa region is analyzed. The total number of items of the main Fund of museums of Ukraine in 2017 amounted to 11,603,457 units, of which 540,432 units are owned by the Odesa region. All of them belong to the state part of the Museum Fund of Ukraine. The number of items of scientific and auxiliary Fund of museums of Ukraine amounted to 6,053,872 units, of which 86,200 units are in Odesa region. To establish contact with the visitor Museum workers pay attention to the motives and needs of visiting the Museum, build an active dialogue with the Museum audience. Ukrainian visitor has its own peculiarity, formed by the historical development of the country and the Museum business, national mentality, and it requires scientific study. In total, in 2017, the museums of Ukraine were visited by 16 409,3 thousand people, of which 576,9 thousand belong to the Odesa region. This is an average result compared to other areas of the country. Most often, the museums of Ukraine are visited by students on the educational program of educational institutions.

Key words: *museums, museum work, museum funds, research work of museums, exposition work of museums, museums of Ukraine, museums of Odessa region.*

Постановка проблеми. Україна являє собою джерело багатьох туристичних, рекреаційних та культурно-історичних ресурсів. Розвиток музейної сфери сьогодні гальмується застарілою матеріально-технічною базою та воєнно-політичними діями на сході держави. Аналіз діяльності музеїв дає змогу здійснити комплексну характеристику функціонування музею з погляду управління, маркетингу, фінансування та стратегічного перспективного планування. Це дає можливість детально проаналізувати загальну ситуацію музейної діяльності по області і зробити прогноз розвитку даної сфери по країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану діяльності музейних закладів в Одеській області та Україні загалом присвячено наукові роботи таких вітчизняних учених, як С. Нездоймінов [5; 6], П. Горішевський [1], В. Рожко [9] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз стану музейної справи в Україні та в Одеському регіоні. Потрібно проаналізувати кількість музеїв та їх відвідувачів, розглянути музейні фонди в контексті науково-дослідної роботи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Музеї за своїм феноменом та місією є головним суспільним інструментом охорони історико-культур-

ного надбання та збереження останнього для прийдешніх поколінь. Музейна справа – це спеціальна галузь культурно-освітньої та наукової діяльності, яка здійснюється музеями щодо комплектування, збереження, вивчення і використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури [3].

В останні роки стан музейної справи в Україні знаходиться в тяжкому стані порівняно з міжнародним досвідом. Дослідження, проведені у Великобританії, у провінції Альберта в Канаді і в кількох країнах Середземномор'я, показали переваги стратегій розвитку туризму, заснованих на добротному культурному музейну продукті. За різними оцінками, 50–70% туристів під час відвідування іншої держави передусім цікавить місцева культура. Музеї дають їм можливість познайомитися з нею.

Проаналізувавши дані табл. 1, можна зробити висновок, що за 2010–2017 рр. в Україні кількість музеїв зросла на 12,33%, що в абсолютному виразі становить 63 музеї – це приблизно сім нових музеїв щороку.

Найбільша питома вага серед музеїв за профілем припадає на категорію «комплексні» (у 2017 р. 40,9% від загальної кількості), темп їх приросту за 2010–2017 рр. становив 29,83%, і це був найбільший приріст. Найменша кількість музеїв припадає на профіль «природничий»: за 2010–2017 рр. вони скоротилися на 40%, або на два музеї. Крім того, скорочення спостерігалося серед «мистецьких» та «літературних» музеїв.

Виходячи з даних табл. 2, можемо проаналізувати кількість відвідувачів музеїв за їхнім профілем. Так, найбільша кількість відвідувачів (38,0%) у 2017 р. припадала на історичні музеї, на другому місці опинилися комплексі музеї, на третьому – художні. За офіційною статистикою, найменш відвідуваними є природничі музеї – 153,0 тис осіб (0,9%).

Майже половину всіх відвідувачів музеїв по країні становлять студенти. Найбільший попит серед студентства припадає на комплексні музеї (17,8% від загальної кількості відвідувачів). У середньому найбільш відвідуваним є музеї з категорії «галузеві».

Нижче наведено таблицю з даними музеїв по областях України у 2017 р. Розглядаючи дані табл. 3, можна зробити певні висновки про стан музейної справи України і конкретно Одеської області. Найбільша кількість закладів музейної галузі знаходиться в м. Київ (40 закладів), друге місце займає Полтавська область із 37 закладами, далі йдуть Чернігівська і Харківська області. Загалом офіційна кількість музеїв України в 2017 р. становила 574 од. Одеська область, своєю чергою, налічує лише 14 закладів музейного характеру, що порівняно з іншими областями є поганим результатом, особливо враховуючи той факт, що Одеса є містом-мільйонником і популярним курортним містом України. Переводячи даний результат у процентне відношення, це становить лише 2,4% від загальної кількості музеїв у країні.

Таблиця 1

Кількість музеїв за профілем

Профіль	2010 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Тпр 2017-2010 рр., %
- комплексний	181	222	229	235	29,83
- історичний	173	184	190	188	8,67
- літературний	47	47	48	45	-4,26
- художній	34	38	37	37	8,82
- мистецький	37	31	31	29	-21,62
- інший	27	31	30	29	7,41
- галузевий	7	8	8	8	14,29
- природничий	5	3	3	3	-40,00
Кількість музеїв - усього, од	**511**	**564**	**576**	**574**	**12,33**

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Таблиця 2

Кількість відвідувачів музеїв за профілем у 2017 р. в Україні

Профіль	Усього, тис осіб	Питома вага за профілем	з них учнів та студентів, тис осіб	Питома вага студентів	у середньому на 1 музей, тис осіб
Історичний	6 239,6	38,0%	2 382,6	14,5%	33,4
Комплексний	5 024,9	30,6%	2 915,6	17,8%	21,7
Художній	1 746,9	10,6%	871,3	5,3%	47,2
Мистецький	958,1	5,8%	347,8	2,1%	33,0
Літературний	910,6	5,5%	527,3	3,2%	20,2
Галузевий	411,7	2,5%	178,6	1,1%	58,8
Природничий	153,0	0,9%	86,9	0,5%	51,0
Усього	**16 409,3**	**100,0%**	**7 776,3**	**47,4%**	**28,9**

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Кількість будівель музеїв є найбільшою в столиці України, тоді як Одеська область знаходиться на 21-му місці в даному ранжуванні, налічуючи лише 36 од., тоді як м. Київ має усього 704 од.

За загальною площею будівель музеїв України в топі знаходяться м. Київ, Львівська та Хмельницька області; Одеська область займає 13-е місце із цифрою 21 505 м^2.

Дуже важливим показником є кількість осіб, які були обслуговані екскурсіями в музеях України в 2017 р. Відвідуваність музеїв країни – це основний показник їх суспільної значущості. Даний вимір може дійсно показати популярність закладів культури як серед туристів, так і зацікавлених місцевих жителів, що дає змогу оцінити рівень розвитку музейної сфери у тому чи іншому регіоні країни та в Україні загалом. Найбільша кількість відвідувачів, обслугованих екскурсіями в музеях, була в м. Київ і становила 771,7 тис осіб, тоді як друге і третє місця відповідно зайняли Львівська і Чернігівська області з кількістю 600,2 тис і 457,9 тис осіб. Найменше значення в даній категорії у Чернівецькій області – лише 37,3 тис осіб, тоді як Одеська область налічує 210,5 тис осіб, що є відносно непоганим результатом і свідчить про популярність екскурсій у музеях Одеської області серед туристів [10].

Державному музею, який має музейне зібрання пам'яток загальнодержавного значення, набув міжнародного визнання й є провідним культурно-освітнім та науково-дослідним закладом у відповідних профільних групах музейної мережі України, у встановленому законодавством України порядку може бути надано статус національного музею України.

Розглядаючи розподіл музеїв за статусом, звертаємо увагу, що за даними 2017 р. в Україні (табл. 4) налічується 48 національних і 22 державних музеїв. Найбільшу кількість музеїв зі статусом як державних, так і національних, за наявними даними, має м. Київ – 6 і 21 од. відповідно. Одеська область не має жодного музею, що має статус національного, при цьому маючи на своєму рахунку лише два музеї державного статусу.

Таблиця 3

Ранжування областей України за показниками музейної справи у 2017 р.

№	Регіон	Кількість музеїв, од. (показник 1)	Місце за показником 1	Кількість будівель музею, од. (показник 2)	Місце за показником 2	Загальна площа будівель музею , м^2 (показник 3)	Місце за показником 3	Обслуговано екскурсіями, тис осіб (показник 4)	Місце за показником 4
1	Вінницька	30	5	70	9	15374	17	318,6	4
2	Волинська	16	17	42	18	14788	19	85,9	22
3	Дніпропетровська	26	11	41	19	33445	6	228,9	8
4	Донецька	15	18	59	13	25433	12	146,5	15
5	Житомирська	23	14	36	20	14701	20	94,8	21
6	Закарпатська	14	19	63	11	13073	21	215	9
7	Запорізька	23	15	48	16	28859	8	231,9	7
8	Івано-Франківська	26	12	96	8	20776	14	198,8	12
9	Київська	24	13	228	2	27641	11	270,8	6
10	Кіровоградська	29	7	47	17	10308	22	125,2	18
11	Луганська	13	22	22	24	8229	24	52,9	24
12	Львівська	27	10	222	3	92917	2	600,2	2
13	Миколаївська	12	23	68	10	28738	10	97,5	20
14	***Одеська***	14	20	36	21	21505	13	210,5	10
15	Полтавська	37	2	107	6	31180	7	289,3	5
16	Рівненська	14	21	35	22	16990	16	111,2	19
17	Сумська	17	16	52	15	18223	15	145,7	16
18	Тернопільська	30	6	34	23	15327	18	149,7	14
19	Харківська	33	4	59	12	28751	9	131,9	17
20	Херсонська	9	25	13	25	8009	25	63,4	23
21	Хмельницька	28	9	100	7	44377	3	159,2	13
22	Черкаська	29	8	129	5	38353	4	208,5	11
23	Чернівецька	10	24	59	14	10131	23	37,3	25
24	Чернігівська	35	3	132	4	37930	5	457,9	3
25	м. Київ	40	1	704	1	227731	1	771,7	1

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

У процесі комплектування музейних фондів (табл. 5) створюється і постійно поповнюється досить значна за своїм обсягом і складом джерельна база історико-краєзнавчих досліджень, до якої входять практично всі види рухомих пам'яток: археологічні, етнографічні, нумізматичні, філокартичні колекції, документи, рукописи, мемуари, друковані видання, знаряддя й продукти виробництва, зразки одягу, меблів, предметів побуту, зброї, нагороди, кінофотоматеріали, звукозаписи тощо.

Музейні фонди – це колекції, що знаходяться у сховищах, експозиціях або на виставках музею. Усі колекції музею поділяють на дві групи: основний музейний фонд; фонд науково-допоміжних матеріалів. Основний музейний фонд становлять оригінальні пам'ятки історії, природи, матеріальної і духовної культури людства.

Більшість музеїв України розташована у тісних приміщеннях, де неможливо належним чином організувати збереження музейних фондів. Брак коштів призводить до того, що багато предметів із різних причин не можуть експонуватися: деякі з них вимагають складної й тривалої реставрації, інші мають лише наукове значення.

Загальна кількість предметів основного фонду музеїв України в 2017 р. становила 11 603 457 од., з яких 540 432 од. налічує Одеська область. Усі вони належать до державної частини Музейного фонду України. Кількість предметів наукового-допоміжного фонду музеїв України становила 6 053 872 од., з яких 86 200 од. нараховує Одеська область.

Науково-дослідна робота (або дослідження) за змістом має забезпечувати виконання місії музею. Ця робота спрямована на отримання визначеного в Законі України «Про науку та науково-технічну діяльність» наукового результату. У роботі музейних інституцій науково-дослідна робота охоплює декілька напрямів:

1) вивчення музейних предметів, предметів музейного значення, колекцій, нерухомих пам’яток, середовища, нематеріальної культурної спадщини;

2) музеєзнавчі/музеологічні студії (наприклад, із розроблення з музейної соціології чи педагогіки);

3) профільні галузеві дослідження (історичні, соціогуманітарні, природничі тощо).

У контексті науково-дослідної роботи музейні інституції можуть також здійснювати дослідження

Таблиця 4

Розподіл музеїв за статусом та регіонами у 2017 р.

	Кількість музеїв	За статусом				
		національні	державні	обласні	районні (міські)	інші
Україна	**574**	**48**	**22**	**89**	**389**	**26**
Вінницька	30	1	-	3	26	-
Волинська	16	-	1	2	13	-
Дніпропетровська	26	1	1	1	20	3
Донецька	15	-	1	2	11	1
Житомирська	23	-	1	4	18	-
Закарпатська	14	-	-	3	6	5
Запорізька	23	2	-	3	18	-
Івано-Франківська	26	2	-	4	17	3
Київська	24	3	-	7	13	1
Кіровоградська	29	-	-	2	27	-
Луганська	13	-	-	1	12	-
Львівська	27	4	3	5	15	-
Миколаївська	12	1	-	2	8	1
Одеська	**14**	**-**	**2**	**6**	**6**	**-**
Полтавська	37	2	1	2	32	-
Рівненська	14	1	-	4	9	-
Сумська	17	1	2	3	11	-
Тернопільська	30	-	-	8	22	-
Харківська	33	2	-	3	27	1
Херсонська	9	-	1	1	7	-
Хмельницька	28	1	3	4	18	2
Черкаська	29	3	-	6	18	2
Чернівецька	10	-	-	5	4	1
Чернігівська	35	3	-	8	22	2
м. Київ	40	21	6	-	9	4

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Таблиця 5

Музейні фонди за регіонами у 2017 р.

	Кількість предметів основного фонду - усього, од.	З них належать до державної частини Музейного фонду України		Кількість предметів науково-допоміжного фонду, од.
		усього, од.	у % до загальної кількості предметів основного фонду	
Україна	**11 603 457**	**11 285 932**	**97,3**	**6 053 872**
Вінницька	229 985	229 985	100,0	56 662
Волинська	257 767	257 767	100,0	194 702
Дніпропетровська	593 131	584 284	98,5	150 698
Донецька	191 785	191 785	100,0	78 573
Житомирська	197 531	197 531	100,0	46 558
Закарпатська	236 081	206 833	87,6	15 312
Запорізька	402 900	402 900	100,0	171 025
Івано-Франківська	268 257	267 145	99,6	96 276
Київська	536 218	509 528	95,0	147 486
Кіровоградська	209 378	209 378	100,0	88 382
Луганська	77 760	77 760	100,0	30 290
Львівська	1 305 612	1 161 393	89,0	288 885
Миколаївська	497 910	493 863	99,2	58 748
Одеська	**570 432**	**570 432**	**100,0**	**86 200**
Полтавська	565 763	563 448	99,6	142 874
Рівненська	270 901	270 901	100,0	248 594
Сумська	216 175	216 175	100,0	74 667
Тернопільська	482 078	482 078	100,0	86 109
Харківська	608 288	602 310	99,0	133 421
Херсонська	206 771	191 388	92,6	25 823
Хмельницька	339 021	335 439	98,9	89 866
Черкаська	556 909	529 909	95,2	141 004
Чернівецька	155 324	132 453	85,3	16 177
Чернігівська	474 475	462 048	97,4	296 534
м. Київ	2 153 005	2 139 199	99,4	3 289 006

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

культурних ландшафтів, історичної регіоналістики, мікроісторії, брати участь у міждисциплінарних проєктах тощо. Конкретними формами наукового результату досліджень музейної інституції є звіти (індивідуальні, діяльності наукової структури, звіти про виконання НДР, звіти про наукові експедиції: археологічні, етнографічні, природничі та ін., звіти про наукові відрядження з метою розроблення тематико-експозиційних планів), опубліковані наукові статті, наукові доповіді, наукові повідомлення про науково-дослідну роботу, монографічні дослідження, наукові відкриття, проєкти нормативних та/або науково-методичних документів, наукові довідки, рецензії тощо.

Розглядаючи дані табл. 6, можна зробити певні висновки про загальну кількість виданих наукових видань та публікацій музеїв в Україні. Так, у 2017 р. вона становила 11 306 од., з яких 208 од. (1,8%) належать Одеській області. Це є відносно невисоким результатом порівняно з іншими областями.

Останнім часом у музейній практиці пильна увага приділяється вивченню й аналізу музейної аудиторії за різними параметрами, тематичній зацікавленості музейною інформацією, впливу музею на формування світогляду аудиторії (табл. 7).

Для налагодження контакту з відвідувачем музейники звертають увагу на мотиви та потреби відвідування музею, вибудовують активний діалог із музейною аудиторією. Український відвідувач має свою особливість, сформовану історичним розвитком країни та музейної справи, національною ментальністю, і він потребує наукового вивчення.

Усього в 2017 р. музеї України відвідали 16 409,3 тис осіб, з яких 576,9 тис належать до Одеського регіону. Це є середнім результатом порівняно з іншими областями країни. Найчастіше музеї України відвідують учні за освітньою програмою учбових закладів.

Проведене дослідження областей України за музейною діяльністю дало змогу стверджувати, що сукупність є досить неоднорідною. У ній присутні як області з високою музейною активністю, що надають високоякісні послуги, так і області, що значно поступаються. Тому для підготовки рекомендацій щодо удосконалення роботи вважається

Таблиця 6

Науково-дослідна та експозиційна робота музеїв за регіонами у 2017 р.

	Кількість виданих наукових видань та публікацій, од.	Кількість розроблених тематико-експозиційних планів, од.	Кількість предметів основного фонду, од.	З них експонувалися протягом року		У тому числі на виставках	
				усього, од.	у % до загальної кількості предметів основного фонду	у музеях	поза музеями
Україна	**11 306**	**6 843**	**11603457**	**1407978**	**12,1**	**588039**	**71710**
Вінницька	297	518	229 985	36 721	16,0	19 821	3 746
Волинська	348	136	257 767	41 011	15,9	23 289	1 487
Дніпропетровська	610	246	593 131	66 021	11,1	28 096	3 328
Донецька	97	140	191 785	45 931	24,0	14 361	2 300
Житомирська	150	92	197 531	41 419	21,0	5 600	2 161
Закарпатська	134	25	236 081	29 959	12,7	22 942	265
Запорізька	234	97	402 900	60 940	15,1	19 382	1 868
Івано-Франківська	783	531	268 257	45 697	17,0	14 850	1 915
Київська	559	174	536 218	92 431	17,2	21 051	4 673
Кіровоградська	1 151	915	209 378	70 248	33,6	25 676	6 252
Луганська	70	155	77 760	25 385	32,7	6 392	1 291
Львівська	635	160	1 305 612	68 809	5,3	22 245	3 877
Миколаївська	75	132	497 910	33 793	6,8	11 251	1 496
Одеська	**208**	**126**	**570 432**	**35 250**	**6,2**	**12 505**	**529**
Полтавська	1 118	214	565 763	70 358	12,4	33 504	3 341
Рівненська	409	23	270 901	43 210	16,0	12 038	922
Сумська	396	284	216 175	34 778	16,1	9 801	1 912
Тернопільська	397	893	482 078	63 377	13,2	44 728	6 667
Харківська	345	344	608 288	69 778	11,5	27 314	5 799
Херсонська	29	35	206 771	21 539	10,4	9 501	2 711
Хмельницька	628	206	339 021	50 707	15,0	47 860	2 847
Черкаська	666	659	556 909	105 861	19,0	38 353	3 513
Чернівецька	166	82	155 324	31 260	20,1	23 789	2 654
Чернігівська	565	294	474 475	62 393	13,2	57 520	3 093
м. Київ	1 236	362	2 153 005	161 102	7,5	36 170	3 063

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

доцільним провести їх сегментування та виділення окремих груп за класичним таксономічним аналізом.

Нами було сформовано матрицю вихідних даних (табл. 8.) з урахуванням визначених статистичних ваг f_i. Об'єктами ранжування при цьому виступали області України (регіони) (n = 25), а ознаками-симптомами – перелічені фактори (m = 8). Зробили поділ вибраних показників на стимулятори та дестимулятори. Такий поділ необхідний для правильного завдання еталону для досліджуваних об'єктів – областей України. У нашому дослідженні дестимулятором було вибрано тільки показник z4 – основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, од.

Стандартизація значень ознак-симптомів і перехід до матриці стандартизованих даних Z здійснюється на третьому етапі процедури. Його завдання полягає у нівелюванні впливу одиниць вимірювання показників на результати таксономічного аналізу. Ознаки-симптоми мають різні одиниці виміру: натуральні, грошові, якісні.

Зміна масштабу їх вимірювання не повинна вагомо впливати на результати ранжування об'єктів. Найбільш поширеним способом таких перетворень є стандартизація ознак-симптомів за допомогою їх центрування і нормування за такою формулою:

$$z_{qi} = \frac{x_{qi} - \bar{x}_i}{\sigma_i} \qquad (1)$$

Центрування являє собою віднімання з кожного значення даної ознаки-симптому x_{qi} по всіх об'єктах сукупності його середнього значення $\bar{x}_i$. При цьому середня арифметична перетворених значень ознаки дорівнює нулю.

За формулою 1 отримано матрицю стандартизованих значень. Визначили область-еталон із такими координатами: z_0 (1,896770931; 4,351621853; 3,916912647; -0,54094995 (антиеталон); 4,403378865; 4,414446618; 3,239663033; 1,75263505).

Таблиця 7

Відвідування музеїв за регіонами у 2017 р.

	Кількість музеїв, відкритих для відвідування протягом року, од.	Кількість днів на рік, відкритих для відвідування, у середньому на 1 музей	Кількість відвідувачів музеїв за рік, тис. осіб			Кількість відвідувачів музеїв у розрахунку на 100 осіб
			усього	з них учнів, слухачів та студентів	у середньому на один музей	
Україна	**568**	**271**	**16 409,3**	**7 776,3**	**28,9**	**39**
Вінницька	30	268	717,3	363,4	23,9	46
Волинська	16	278	229,5	118,2	14,3	22
Дніпропетровська	26	253	726,7	358,5	28,0	22
Донецька	15	295	328,3	178,9	21,9	-
Житомирська	22	251	368,6	157,2	16,8	30
Закарпатська	14	296	694,3	321,8	49,6	55
Запорізька	23	260	548,6	272,1	23,9	32
Івано-Франківська	26	267	470,6	277,5	18,1	34
Київська	23	279	476,5	274,6	20,7	27
Кіровоградська	29	264	259,0	157,1	8,9	27
Луганська	13	243	91,8	47,6	7,1	-
Львівська	27	289	1 928,1	884,6	71,4	76
Миколаївська	12	263	341,1	149,7	28,4	30
Одеська	**13**	**313**	**576,9**	**324,4**	**44,4**	**24**
Полтавська	36	261	605,3	321,8	16,8	43
Рівненська	14	277	256,1	123,9	18,3	22
Сумська	17	286	254,9	179,0	15,0	23
Тернопільська	29	262	479,2	292,4	16,5	46
Харківська	33	269	830,3	439,7	25,2	31
Херсонська	9	212	109,9	67,9	12,2	10
Хмельницька	28	268	523,7	251,9	18,7	41
Черкаська	29	254	830,7	446,4	28,6	68
Чернівецька	10	270	302,1	207,1	30,2	33
Чернігівська	34	280	920,8	420,6	27,1	90
м. Київ	40	304	3 539,0	1 140,0	88,5	121

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Таблиця 8

Дані для проведення таксономічного аналізу областей України за музейною діяльністю у 2017 р.

№	Регіон	Кількість музеїв, од	Співвідношення національних музеїв до загальної кількості, %	Кількість предметів основного фонду, од.	Основні фонди, що потребують реставрації на кінець року, од.	Кількість будівель музею, од.	Загальна площа будівель музею , м²	Обслуговано екскурсіями, тис осіб	Співвідношення працівників із спеціальною вищою освітою до загальної кількості, %
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8
	f_i	0,19	0,14	0,1	0,2	0,05	0,07	0,16	0,09
1	Вінницька	30	3,33	229985	19627,0	70,0	15374	318,6	30,74
2	Волинська	16	0,00	257767	4282,0	42,0	14788	85,9	18,78
3	Дніпропетровська	26	3,85	593131	25691,0	41,0	33445	228,9	32,05
4	Донецька	15	0,00	191785	1875,0	59,0	25433	146,5	7,77
5	Житомирська	23	0,00	197531	58357,0	36,0	14701	94,8	20,68
6	Закарпатська	14	0,00	236081	21838,0	63,0	13073	215	14,35
7	Запорізька	23	8,70	402900	10429,0	48,0	28859	231,9	23,31
8	Івано-Франківська	26	7,69	268257	6417,0	96,0	20776	198,8	33,18

(Закінчення таблиці 8)

9	Київська	24	12,50	536218	19699,0	228,0	27641	270,8	23,35
10	Кіровоградська	29	0,00	209378	3632,0	47,0	10308	125,2	23,22
11	Луганська	13	0,00	77760	310,0	22,0	8229	52,9	9,65
12	Львівська	27	14,81	1305612	82060,0	222,0	92917	600,2	16,76
13	Миколаївська	12	8,33	497910	52489,0	68,0	28738	97,5	17,44
14	Одеська	14	0,00	570432	22270,0	36,0	21505	210,5	14,89
15	Полтавська	37	5,41	565763	26877,0	107,0	31180	289,3	24,08
16	Рівненська	14	7,14	270901	11278,0	35,0	16990	111,2	20,91
17	Сумська	17	5,88	216175	19252,0	52,0	18223	145,7	25,08
18	Тернопільська	30	0,00	482078	5267,0	34,0	15327	149,7	23,49
19	Харківська	33	6,06	608288	9866,0	59,0	28751	131,9	22,17
20	Херсонська	9	0,00	206771	18858,0	13,0	8009	63,4	1,88
21	Хмельницька	28	3,57	339021	6074,0	100,0	44377	159,2	21,55
22	Черкаська	29	10,34	556909	6251,0	129,0	38353	208,5	23,41
23	Чернівецька	10	0,00	155324	11552,0	59,0	10131	37,3	21,88
24	Чернігівська	35	8,57	474475	5325,0	132,0	37930	457,9	17,99
25	м. Київ	40	52,50	2153005	259108,0	704,0	227731	771,7	26,08

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Таблиця 9

Структура областей України у музейній справі за 2017 р. по групах

Регіон	Ранг	Міра подібності μ_{0i}	Група
м. Київ	1	0,513593376	Лідери
Львівська	2	0,333830311	
Чернігівська	3	0,326126826	
Полтавська	4	0,300399837	
Черкаська	5	0,28642725	Середняки
Київська	6	0,277699814	
Вінницька	7	0,276993823	
Івано-Франківська	8	0,272435028	
Харківська	9	0,271087118	
Дніпропетровська	10	0,267105937	
Запорізька	11	0,252984749	
Хмельницька	12	0,252089158	
Тернопільська	13	0,248693346	Аутсайдери
Кіровоградська	14	0,233288213	
Сумська	15	0,208424509	
Рівненська	16	0,195352406	
Одеська	17	0,189647414	
Волинська	18	0,184706504	
Житомирська	19	0,178749243	
Закарпатська	20	0,178701927	
Миколаївська	21	0,174214505	
Донецька	22	0,173403924	
Чернівецька	23	0,160202239	
Луганська	24	0,151664919	
Херсонська	25	0,124227341	

Після знаходження відстаней до еталона визначається міра подібності μ_{0i} кожної області з еталоном. Розраховується за формулою:

$$\mu_{0i} = 1 / [1 + d(z_q, z_0)] \quad (2)$$

За формулою 2 визначається міра подібності μ_{0i} кожної області з еталоном: вищий ранг 1 отримує область, яка відповідає максимальному значенню μ_{0i}, ранг 2 – область, для якої величина подібності з еталоном знаходиться на другому місці і т. д. (табл. 9).

Згідно з даними табл. 9, найбільша питома вага припадає на групу «аутсайдери» (13 областей), до якої входить Одеська область. Наявним є великий відрив м. Києва від інших регіонів. Одеська область знаходиться на 17-му місці із 25 наявних, що є досить слабким результатом.

Аналіз діяльності музейних структур Одеської області дав можливість не тільки встановити місце даного регіону серед інших областей України, а й виділити низку можливих причин, які мають негативний вплив на розвиток музейної сфери в країні у цілому. Загалом українські музеї досягли б набагато кращих результатів, якщо б використовували досвід інших країн у вирішенні наявних проблем.

Висновки з проведеного дослідження. Серед проблем, з якими, безперечно, стикаються музейні заклади Одеської області й України, виділимо декілька.

По-перше, це відсутність достатнього фінансового забезпечення з боку держави, а також недостатня кількість зацікавлених спонсорів. Музеї сьогодні мусять знайти додаткові джерела фінансування. Проте українські музеї як бюджетні установи мають обмежені перспективи для ведення торгівлі чи бізнесу. Фіскальний мінімум не надає податкових споживчих надходжень для музеїв із метою їх переходу до комерційної діяльності.

По-друге, це відсутність додаткових музейних послуг для підвищення рентабельності закладів. Додаткові музейні послуги повинні підвищити рентабельність музеїв завдяки їх синергетичному потенціалу. Українські музеї повинні доповнити перелік своїх послуг, наприклад придбання сувенірів та рекламних матеріалів, послуги харчування та продажу напоїв, транспортні послуги, банкомат, оренда.

По-третє, це недостатня організація управління персоналом та слабка маркетингова позиція. Завдання відділу маркетингу в музеї – сприяти збільшенню кількості відвідувачів, поширенню інформації про музеї серед тих, хто його не відвідує.

По-четверте, відсутність інноваційних рішень як в управлінні колективом, так і в роботі з відвідувачами. Музейні установи України в умовах задекларованого державою євроінтеграційного курсу не мають права існувати й розвиватися поза спільно європейським інформаційно-культурним простором. Існують такі елементарні проблеми, як погано спроєктовані або зовсім відсутні сайти музеїв.

Створення у музеях розгалуженої сфери послуг для туристів та відвідувачів, відкриття сувенірних магазинів, виставкових галерей, антикварних магазинів сприяють збільшенню фінансових витрат – надходжень у місцеві бюджети.

Реорганізація структури музейного менеджменту вимагає розуміння того, що для отримання фінансових надходжень музеї повинні залучати нових відвідувачів. Традиційний графік роботи, зручний тільки для персоналу, надання послуг, призначених для певного кола відвідувачів, нерівноцінна увага до різних категорій відвідувачів – це ті негативні чинники в роботі музейних установ, які заважають ефективній діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв : посібник / П. Горішевський та ін. Івано-Франківськ : Плай, 2005. 64 с.

2. Заклади культури, фізичної культури і спорту України у 2017 р. : статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 95 с.

3. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навчально-методичний посібник. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2016. 144 с.

4. Нездойминов С.Г., Бален А.П. Музей как фактор развития культурно-познавательного туризма. *Кримський економічний вісник*. 2014. № 5(12). С. 5–7.

5. Нездоймінов С.Г., Загорулько С. Музейна мережа в контексті сучасних проблем екскурсології. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 6(248). С. 81–93.

6. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг : навчально-методичний посібник. Одеса : Астропрінт, 2011. 216 с.

7. Нєчева Н.В. Напрями удосконалення управління якістю послуг підприємств рекреаційної сфери. *Економіка та фінанси*. Vienna : East-West Association for Advanced Studies and Higher Education Gmbh, 2015. P. 174–177.

8. Олійник В.В., Шикіна О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. С. 460–463.

9. Рожко В. Музеї України в інфографіці: 2014 р. URL: http://prostir.museum/ua/post/35756 (дата звернення: 03.12.2019).

10. Ярьоменко С.Г. Сувенірна продукція в туризмі. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., 24-25 березня 2016 р. Черкаси. С. 276–280.

REFERENCES:

1. Ghorishevsjkyj P., Dejnegha M., Kovaliv M., Meljnyk V., Regha N., Oryshko S., Sokolova O. (2005) Osnovy muzejeznavstva, marketynghu ta reklamno-informacijnoji dijaljnosti muzejiv [Fundamentals of museology, marketing and advertising and information activities of museums]. Posibnyk. Ivano-Frankivsjk. (in Ukrainian)

2. Zaklady kuljtury, fizychnoji kuljtury i sportu Ukrajiny u 2017 r.: statystychnyj bjuletenj (2018) [Institutions of culture, physical culture and sports of Ukraine in 2017: statistical Bulletin]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny. (in Ukrainian)

3. Korolj O.D. (2016) Orghanizacija ekskursijnykh poslugh u turyzmi : Navchaljno-metodychnyj posibnyk [Organization of excursion services in tourism : Educational and methodical manual]. Chernivci: Chernivecjkyj nacionaljnyj universytet. (in Ukrainian)

4. Nezdoyminov S.G., Balen A.P. (2014) Muzey kak faktor razvitiya kul'turno – poznavatel'nogo turizma [Museum as a factor of cultural and educational tourism development]. Krims'kiy ekonomichniy visnik – Crimean Economic Bulletin, no. 5(12), pp. 5–7. (in Russian)

5. Nezdojminov S.G., Zaghoruljko S. (2017) Muzejna merezha v konteksti suchasnykh problem ekskursologhiji [Museum network in the context of contemporary issues

excursao]. Naukovij visnik Odes'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universitetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University, no. 6(248), pp. 81–93.

6. Nezdojminov S. G. (2011) Orghanizacija ekskursijnykh poslugh: [Organization of excursion services: educational and methodical manual]: navchaljno-metodychnyj posibnyk. Odesa: Astroprint. (in Ukrainian)

7. Niecheva N.V. (2015) Naprjamy udoskonalennja upravlinnja jakistju poslugh pidpryjemstv rekreacijnoji sfery [Areas of improvement of quality management of services of the enterprises of the recreational sphere]. Ekonomika ta finansy: nauk. zhurn. Vienna: East-West Association for Advanced Studies and Higher Education Gmbh, pp. 174–177.

8. Olijnyk V.V., Shykina O.V. (2016) Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku podijevogho turyzmu na terytoriji Ukrajiny [Current state and prospects of development of event tourism in Ukraine]. Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky – Global and national problems of economy. Mykolajiv, no. 14, pp. 460–463.

9. Rozhko V. (2014) Muzeji Ukrajiny v infoghrafici [Museums of Ukraine in infographics]. Available at: http://prostir.museum/ua/post/35756 (accessed 3 December 2019). (in Ukrainian)

10. Iaromenko S.G. (2016) Suvenirna produkcija v turyzmi [Souvenir products in tourism]. Proceedings from : VII Mizhnar. nauk.-prakt. konf «Turystychnyj ta ghoteljno-restorannyj biznes v Ukrajini: problemy rozvytku ta reghuljuvannja» – All-Ukrainian scientific and practical conference «Tourism and hotel and restaurant business in Ukraine: problems of development and regulation». Cherkasy, pp. 276–280. (in Ukrainian)

Shykina Olga
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Odessa National Economics University
Niecheva Natalia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Odessa National Economics University

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE MUSEUM OF UKRAINE

The purpose of the article is a need to investigate the state of Museum business in Ukraine. It is necessary to analyze the number of museums and their visitors, to consider Museum funds in the context of research work.

Methodology. The study is based on official data of Statista and analysis of their growth rates.

Results. In the article the state of activity of Museum institutions of Odessa region and Ukraine is investigated. Over the period 2010-2017 in Ukraine, the number of museums increased by 12.33%, which in absolute terms is 63 museums – this is about 7 new museums annually. The largest share among museums in the profile falls on the category of "complex" (in 2017, 40.9% of the total number). The smallest number of museums falls on the "natural" profile, and in 2010-2017 they decreased by 40.00%, or 2 museums.

The number of Museum visitors according to their profile was analyzed. Thus, the largest number of visitors in 2017 accounted for (38.0%) at the historical museums, the second place was in the Museum, the third – art. According to official statistics, the least visited are natural museums – 153.0 thousand people (0.9%).

Considering the distribution of museums by status, please note that according to 2017 in Ukraine there are 48 national and 22 state museums in general. The largest number of museums with the status of both state and national according to available data has Kiev – 6 and 21 units, respectively. Odessa region does not have a single Museum, which has the status of national, while having on its account only 2 museums of state status.

On the total area of buildings of museums of Ukraine in the top is Kiev, Lviv and Khmelnitsky region, while when Odessa region takes the 13th place with the figure of 21505 m2.

The state of the main Fund of museums of Ukraine and Odessa region is analyzed. The total number of items of the main Fund of museums of Ukraine in 2017 amounted to 11,603,457 units, of which 540,432 units are owned by the Odessa region. All of them belong to the state part of the Museum Fund of Ukraine. The number of items of scientific and auxiliary Fund of museums of Ukraine amounted to 6,053,872 units, of which 86,200 units are in Odessa region.

Practical implications. To establish contact with the visitor Museum workers' pay attention to the motives and needs of visiting the Museum, build an active dialogue with the Museum audience. Ukrainian visitor has its own peculiarity, formed by the historical development of the country and the Museum business, national mentality, and it requires scientific study. In total, in 2017, the museums of Ukraine were visited by 16 409,3 thousand people, of which 576,9 thousand belong to the Odessa region. This is an average result compared to other areas of the country. Most often, the museums of Ukraine are visited by students on the educational program of educational institutions.

Value/originality. The article suggests the use of a clear algorithm of actions to improve the work of museums. Important directions of development of museums is to overcome the problem of the backlog of their logistics, providing appropriate technical means of protection, use of computer equipment and create on its base reference systems.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗЕЙ НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА РАХУНОК ЗАХОДІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

WAYS TO INCREASE THE ENERGY EFFICIENCY OF BRANCHES OF THE NATIONAL ECONOMY BY MEANS OF ENERGY SAVING

УДК 621.391
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-19

Яковенко В.Г.
к.е.н., доцент кафедри теплотехніки, теплових двигунів
та енергетичного менеджменту
Український державний університет залізничного транспорту
Ляхно М.В.
магістр
Український державний університет залізничного транспорту
Дудка В.А.
магістр
Український державний університет залізничного транспорту

У статті проаналізовано праці вітчизняних учених та практиків за представленою тематикою. Доведено актуальність застосування заходів енергозбереження в галузях народного господарства. Означено причини впровадження шляхів підвищення енергетичної ефективності підприємств промисловості та транспорту. Встановлено та доведено необхідність проведення комплексного енергетичного обстеження споживачів паливно-енергетичних ресурсів, тобто проведення енергоаудиту. Представлено етапи енергоаудиту. Наведено класифікацію заходів енергозбереження. Оскільки ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів визначається багатьма чинниками, то для оцінювання ефективності заходів енерго- та ресурсозбереження визначено види показників. Визначено основні принципи, на яких повинні базуватися підходи до вибору показників ефективності заходів енерго- та ресурсозбереження. Розглянуто взаємозв'язок енергозбереження й енергоефективності.

Ключові слова: *енергозбереження, енергоефективність, ефективність використання енергоресурсів, енергоресурси, енергоаудит, заходи енергозбереження, ефективність ресурсозбереження.*

В статье проанализированы труды отечественных ученых и практиков по представленной тематике. Доказана актуальность применения мер энергосбережения в отраслях народного хозяйства. Отмечены причины внедрения путей повышения энергетической эффективности предприятий промышленности и транспорта. Установлена и доказана необходимость проведения комплексного энергетического обследования потребителей топливно-энергетических ресурсов, то есть проведения энергоаудита. Представлены этапы энергоаудита. Приведена классификация мероприятий энергосбережения. Поскольку эффективность использования топливно-энергетических ресурсов определяется многими факторами, то для оценки эффективности мероприятий энерго- и ресурсосбережения определены виды показателей. Определены основные принципы, на которых должны базироваться подходы к выбору показателей эффективности мероприятий энерго- и ресурсосбережения. Рассмотрена взаимосвязь энергосбережения и энергоэффективности.

Ключевые слова: *энергосбережение, энергоэффективность, эффективность использования энергоресурсов, энергоресурсы, энергоаудит, меры энергосбережения, эффективность ресурсосбережения.*

The purpose of the study is to summarize energy conservation measures. Identification of the main reasons for irrational use of energy resources by enterprises of the national economy. Overview of the issue of energy audit and determination of its stages. Confirmation of the need to increase the efficiency of enterprises of the national economy by implementing energy-efficient measures. Demonstrating the feasibility of using certain indicators to evaluate the effectiveness of energy and resource conservation measures. Energy conservation is relevant in almost all countries of the world, especially those that are not rich in energy. This is due to rising prices for basic, traditional types of energy and reducing their global reserves. The article analyzes the works of domestic scientists and practitioners on the presented topics. The urgency of the application of energy saving measures in the sectors of national economy is proved. The reasons of introduction of ways of increase of energy efficiency of the enterprises of the industry and transport to which the increase of cost of energy resources, rapid change of climate in Ukraine are identified. As a large number of buildings, both residential and industrial, do not meet the requirements of energy conservation, the introduction of new and development of existing methods of improving the energy efficiency of the national economy is an urgent task. The necessity to conduct a comprehensive energy survey of consumers of fuel and energy resources in order to establish the efficiency of their use of fuel and energy resources and to develop economically sound measures to reduce fuel costs and energy supply, ie energy audit. The stages of energy audit are presented. The classification of energy saving measures is given. Since the efficiency of the use of fuel and energy resources is determined by many factors, types of indicators are determined to evaluate the effectiveness of energy and resource conservation measures. The basic principles on which approaches to the choice of indicators of efficiency of measures of energy, and resource saving are determined. Consideration is given to the relationship between energy saving and energy efficiency.

Key words: *energy saving, energy efficiency, energy efficiency, energy resources, energy audit, energy efficiency measures, resource efficiency.*

Постановка проблеми. До основних ресурсів підприємства, що зумовлюють ефективність функціонування та стійкість виробничих процесів, належать енергетичні ресурси. Своєю чергою, рівень ефективності використання первинних енергоресурсів (ПЕР) визначає конкурентний потенціал або конкурентні переваги підприємств як у ринкових умовах господарювання, так і в умовах обмеженості (ПЕР) в Україні, що спонукає країну бути залежною від імпорту енергоресурсів. Енергозбереження та енергоефективність є одним зі шляхів подолання проблеми втрат енергії, дає можливість забезпечити енергетичну незалежність країни шляхом зменшення енергоспоживання та скороченням імпорту енергоресурсів.

До причин упровадження шляхів підвищення енергетичної ефективності підприємств промисловості та транспорту також відносимо підвищення вартості енергоресурсів, стрімку зміну клімату в Україні, оскільки велика кількість будівель, як житлових, так і виробничих, не відповідає вимогам енергозбереження. Отже, впровадження нових та розвиток наявних методів підвищення енергоефективності національного господарства є актуальним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення зарубіжної та вітчизняної спеціальної

літератури, яка присвячена проблемам економного використання первинних енергоресурсів, практичним аспектам енергозбереження, свідчить про безсумнівний інтерес учених до даної теми. Проблеми енергозбереження та підвищення ефективності використання енергоносіїв усебічно розглянули такі вчені та практики, як: М.В. Афанасьєв, Т.І. Салашенко, Л.І. Кайдан, О.В. Соболевська, О.В. Тутова, Р.І. Балашова.

Не втрачають актуальності й розроблення принципів, напрямів та методів енергетичного менеджменту, формування наукових підходів до визначення чинників впливу на енергозбереження, застосування нових методів і систем економії первинних енергоресурсів, розроблення та реалізація стратегії енергозбереження та енергоефективності.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення заходів з енергозбереження; визначення основних причин нераціонального використання енергоресурсів підприємствами народного господарства; розгляд питання щодо проведення енергоаудиту та визначення його етапів; підтвердження необхідності підвищення ефективності роботи підприємств галузей народного господарства за рахунок упровадження енергоефективних заходів; доведення доцільності застосування певних показників оцінки ефективності заходів енерго– та ресурсозбереження.

Виклад основного матеріалу дослідження. На початку XXI ст. сформувалося сучасне бачення місії світової енергетики – максимально ефективне використання природних паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) та потенціалу енергетичного сектору для зростання світової економіки і підвищення якості життя населення планети.

Енергозбереження є актуальним практично в усіх країнах світу, особливо тих, що небагаті своїми енергоресурсами. Це пов’язано з підвищенням цін на основні, традиційні види енергоресурсів та зниженням їх світових запасів.

Основна причина нераціонального використання – це наявність так званих «витоків» та «витрат», без яких не обходиться жодна робота сфери житлово-комунального господарства, робота промислових та транспортних підприємств. Найбільша причина наявності цих чинників – це застаріле обладнання із закінченням строку служби та, як наслідок, його зношення. Не варто забувати і про проблеми, актуальні для паливно-енергетичного комплексу. Основною проблемою галузі є низький коефіцієнт корисної дії обладнання, що експлуатується.

Для здійснення виробничих процесів як галузі народного господарства у цілому, так і окремі підприємства потребують великих обсягів енергії. Причому той факт, що переважна більшість об’єктів використовує застаріле (як у фізичному, так і в моральному плані) обладнання, дає роз’яснення, чому доводиться говорити про постійне збільшення кількості споживаної енергії. У середньому витрати енергії підприємств народного господарства становлять 9–12%, хоча аналітики постійно фіксують зростання цих цифр. Так само актуальне питання захисту навколишнього середовища від впливу об’єктів виробництва та життєдіяльності людини. Забруднення світового океану, задимлення атмосфери, закидання сміттям землі – факти, які необхідно враховувати й якими не можна нехтувати.

Отже, для підвищення ефективності роботи підприємств галузей народного господарства необхідно вжити заходів щодо зупинки безперервного зростання енерговитрат, які, своєю чергою, призводять до росту поточних витрат підприємств. Тобто необхідний комплекс заходів, що сприятимуть скороченню витрат енергії.

Передусім йдеться про використання сучасного енергозберігаючого обладнання. Здебільшого обладнання, встановлене на промислових підприємствах, спроєктовано за номінального робочого режиму. Це призводить до того, що робота відбувається з недовантаженням, як наслідок – зниження коефіцієнту потужності та збільшення втрат.

З огляду на вищевикладене, робимо висновок щодо необхідності проведення комплексного енергетичного обстеження споживачів паливно-енергетичних ресурсів із метою встановлення ефективності використання ними паливно-енергетичних ресурсів і вироблення економічно обґрунтованих заходів зі зниження витрат на паливо й енергозабезпечення, тобто проведення енергоаудиту. Мета енергетичного аудиту – сприяння суб’єктам господарської діяльності у визначенні своєї політики з енергозбереження, рівня ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів, потенціалу енергозбереження, надання допомоги в розробленні науково обґрунтованих норм та нормативів питомих витрат, енергобалансів, розроблення заходів з енергозбереження, їх фінансовій оцінці та оцінці впливу на охорону праці та довкілля.

Енергетичний аудит включає у себе збирання всіх доречних даних і записів, обстеження на місці (включно з опитуванням і збиранням зауважень від персоналу), подальший докладний аналіз зібраної інформації та обґрунтування пропозицій (рис. 1).

Необхідно визначити, що економія енергії – це ефективне використання енергоресурсів за рахунок застосування інноваційних заходів, які технічно виправдані, економічно доцільні, мають екологічний та соціальний складники і не змінюють звичного способу життя. Енергозбереження відрізняється від енергоефективності, яка означає використання меншої кількості енергії за ту саму послугу.

Проблема енергозбереження тісно переплітається з проблемами енергетики, екології, техніч-

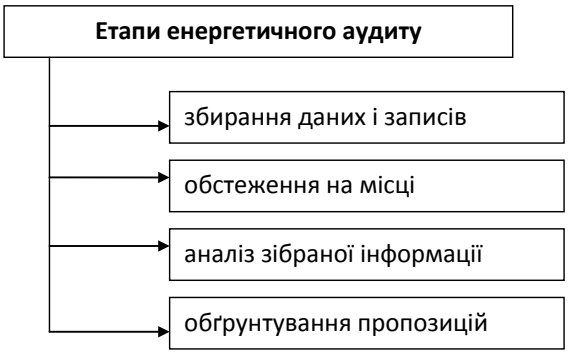


Рис. 1. Етапи енергетичного аудиту

ного переозброєння та структурної перебудови всієї економіки. А отже, виявляється доцільним розглядати ці питання комплексно, із застосуванням основ енергетичного менеджменту, основні завдання якого наведено на рис. 2.

Сьогодні на промисловий сектор припадає майже 40% річного світового споживання первинних енергоресурсів і приблизно така ж частка світових викидів вуглекислого газу. Україна імпортує 75% природного газу та 85% нафти і нафтопродуктів.

У загальному обсязі кінцевого споживання енергії в державах ЄС частка промисловості становить 28,8%, частка транспорту – 31%, сфери послуг – 47%.

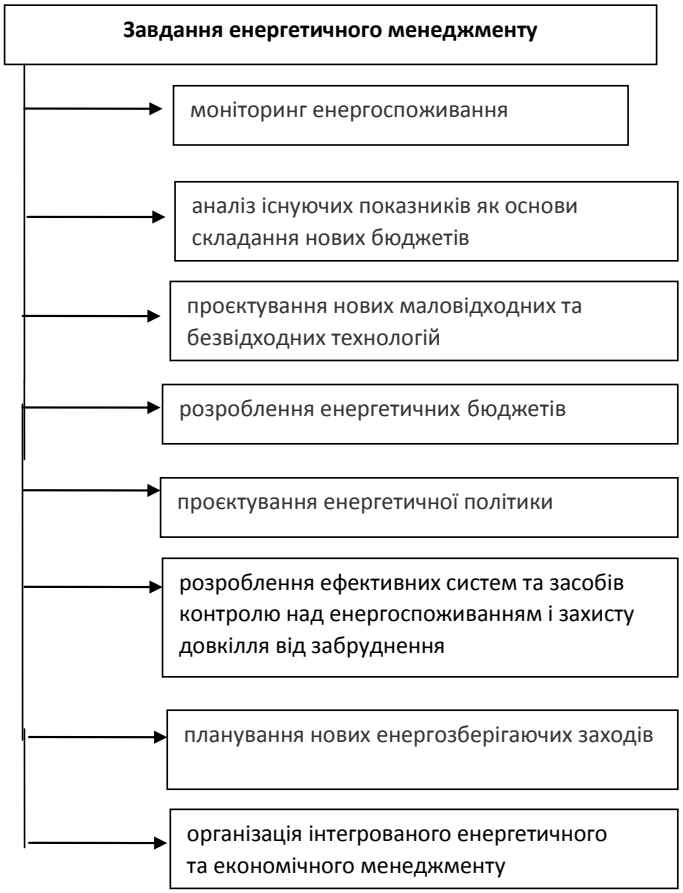


Рис. 2. Завдання енергетичного менеджменту

Важливість енергозбереження підтверджується статусом державної політики та державними органами в усіх високорозвинених країнах (Японія, США, Франція, Німеччина, Велика Британія тощо). Не треба забувати й про вплив енергозбереження на національну безпеку з позиції зниження рівня імпорту енергії з іноземних країн та збереження власних енергетичних ресурсів.

Отже, необхідно визначити систему заходів з енергозбереження. Вони можуть поділятися на економічні, екологічні, правові, організаційні та технічні (табл. 1).

Робота в напрямі підвищення енергоефективності вимагає технологічного прогресу і розвитку. Ефективність означає прогрес і може зберегти ресурси та гроші. Підвищення енергоефективності означає, що ми можемо досягти цілей зі збереження енергії, не відмовляючись від бажаних результатів.

Реалізація завдань з упровадження енергозберігаючих технологій є шляхом забезпечення підвищення ефективності роботи та розвитку як галузі енергетики, так й інших галузей народного господарства. Це висуває вимоги до організації фінансування інноваційних заходів, оскільки для реалізації завдань енергозбереження передбачається необхідність збільшення капітальних вкладень. А оскільки будь-який інноваційний проєкт повинен мати економічне обґрунтування, бажано з урахуванням ризиків, то виникає необхідність вибору методики розрахунку економічної ефективності.

Звичайно, економічна доцільність (економічний ефект, або економічна ефективність) є основою для прийняття рішення щодо впровадження заходів енерго- та ресурсозбереження на підприємстві. Але не слід ігнорувати комплексні ефекти, що включають не тільки економічний, а й соціальний, екологічний, технологічний складники. Часто такі складники не відповідають ефекту, вираженому в грошовій формі, та все-таки роблять позитивний внесок у розвиток підприємств та галузей національного господарства.

Ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів визначається багатьма чинниками, що зумовлює застосування відносно великої кількості показників. Урахування цих чинників, визначення їх пріоритетності зумовили необхідність застосування для оцінювання ефективності заходів енерго– та ресурсозбереження певних показників, які можна поділити на такі види:

– технічні;
– енергетичні;
– економічні;
– екологічні.

Окрім того, необхідно звернути увагу, що підходи до впровадження та вибору показників

Таблиця 1

Заходи з енергозбереження

Економічні	Правові	Організаційні	Технічні
Застосування відповідних методик оцінки енергопроєктів	Удосконалення правової бази	Упровадження новітніх систем енергообліку	Модернізація основних фондів підприємтсв
Удосконалення системи розрахунку тарифів		Удосконалення управління енергоспоживанням	Реконструкція цехів та адміністративних будівель
			Упровадження інноваційних технологій

ефективності заходів енерго- та ресурсозбереження повинні базуватися на основних принципах, до яких віднесемо:

– визначення основних цілей ресурсозбереження;

– означення мети ресурсозберігаючих заходів;

– визначення показників енергозбереження та здійснення їх класифікації;

– вибір критерію оцінювання ефективності запропонованих проєктів та заходів енерго- та ресурсозбереження;

– визначення узагальнюючих та часткових показників енерго- та ресурсозбереження.

Висновки з проведеного дослідження. У статті проаналізовано праці вітчизняних учених та практиків за представленою тематикою. Доведено актуальність застосування заходів енергозбереження в галузях народного господарства. Представлено етапи енергоаудиту. Наведено класифікацію заходів енергозбереження. Оскільки ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів визначається багатьма чинниками, то для оцінювання ефективності заходів енерго– та ресурсозбереження визначено види показників. Визначено основні принципи, на яких повинні базуватися підходи до вибору показників ефективності заходів енерго- та ресурсозбереження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кайдан Л.І., Соболевська Л.І., Тутова О.В. Методичні підходи до оцінювання енергозберігаючих технологій і заходів у житлово-комунальному господарстві. *Науково-технічна інформація*. 2011. № 1. С. 38–42. URL: http://ifets.ieee.org/russian/depository/v13_i3/pdf/12r.pdf (дата звернення: 28.11.19).

2. Балашова Р.І. Оцінка ефективності діяльності підприємств нових форм господарювання на основі показників ресурсозбереження : автореф. дис. … канд. екон. наук. Донецьк, 1999. 24 с.

3. Кравцова Л.В. Методические основы анализа резервов экономии энергоресурсов в жилищном хозяйстве. *Вісник Донецького державного університету управління.* 2004. № 2(28). С. 62–68.

4. Афанасьєв М.В. Стратегія підвищення енергоефективності промисловості регіону: теоретико-методичні аспекти формування : монографія. Харків : ХНЕУ, 2014. 284 с.

5. Гордієнко О.С. Енергозбереження транспортних підприємств. *Технологический аудит и резервы производства*. 2012. № 1(7). Т. 5. С. 13–14.

6. Докуніна К.І. Теоретичні аспекти формування економічного механізму енергозбереження. *Комунальне господарство міст.* 2012. № 106. С. 341–350.

REFERENCES:

1. Kaidan L.I., Sobolevskaia L.I., Tutova O.V. (2011) Metodychni pidkhody do otsiniuvannia enerhozberihaiuchykh tekhnolohii i zakhodiv u zhytlovokominalnomu hospodarstvi [Methodical approaches to the estimation of energy-saving technologies and measures in housing and communal services] Scientific and technical information, vol. 1, pp. 38–42. Available at: http://ifets.ieee.org/russian/depository/v13_i3/pdf/12r.pdf (accessed 28 November 2019).

2. Balashova R.I. (1999) Otsinka efektyvnosti diialnosti pidpryiemstv novykh form hospodariuvannia na osnovi pokaznykiv resursozberezhennia [An estimation of efficiency of activity of the enterprises of new forms of management on the basis of indicators of resource saving]: author. diss. for the sciences. degree of Cand. econom. Sciences. Donetsk.

3. Kravtsova L.V. (2004) Metodycheskye osnovы analyza rezervov эkonomyy эnerhoresursov v zhylyshchnom khoziaistve [Methodical bases for the analysis of energy saving reserves in housing]. Manager: Bulletin of Donetsk State University of Management, vol. 2(28), pp. 62–68.

4. Afanasev M.V. (2014) Stratehiia pidvyshchennia enerhoefektyvnosti promyslovosti rehionu: teoretyko-metodychni aspekty formuvannia [Strategy for improving the energy efficiency of the region's industry]: theoretical and methodological aspects of formation: monograph. Kharkiv.

5. Hordiienko O.S. (2012) Enerhozberezhennia transportnykh pidpryiemstv [Energy Saving of Transport Enterprises]. Technological audit and production reserves, vol. 1(7), t. 5, pp. 13–14.

6. Dokukina K.I. (2012) Teoretychni aspekty formuvannia ekonomichnoho mekhanizmu enerhozberezhennia. [Theoretical aspects of the formation of the economic mechanism of energy saving]. Utilities of cities, vol. 106, pp. 341–350.

Yakovenko Valentyna
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Department of Thermal Engineering,
Heat Engines and Energy Management
Ukrainian State University of Railway Transport
Liakhno Maksym
Master
Ukrainian State University of Railway Transport
Dudka Vadym
Master
Ukrainian State University of Railway Transport

WAYS TO INCREASE THE ENERGY EFFICIENCY OF BRANCHES OF THE NATIONAL ECONOMY BY MEANS OF ENERGY SAVING

The main resources of the enterprise, which determine the efficiency of operation and sustainability of production processes, are energy resources. In turn, the efficiency level of primary energy resources (PER) determines the competitive potential or competitive advantages of enterprises, both in market economy and in constrained conditions (of PER) in Ukraine, which in turn forces the country to be dependent on energy imports. herefore, energy saving and energy efficiency are one way of overcoming the problem of energy loss, enabling the country's energy independence by reducing energy consumption and reducing energy resources imports.

The reasons for introducing ways to improve the energy efficiency of industrial and transport enterprises also include increasing the cost of energy resources, the rapid climate change in Ukraine, as a large number of buildings, both residential and industrial, do not meet the requirements of energy saving. Therefore, the introduction of new and development of existing methods of improving the energy efficiency of the national economy are a relevant task.

The purpose of the study is to summarize energy saving measures. Identification of the main reasons for irrational use of energy resources by enterprises of the national economy. Overview of the issue of energy audit and determination of its stages. Confirmation of the need to increase the efficiency of the enterprises of the national economy by introducing energy saving measures. Demonstrating the feasibility of using certain indicators to evaluate the effectiveness of energy and resource saving measures.

The article analyzes the works of domestic scientists and practitioners on the presented topics. The relevance of the application of energy saving measures in the sectors of national economy is proved. The reasons of implementation of ways of increase of energy efficiency of the enterprises of the industry and transport to which the increase of cost of energy resources, rapid climate change in Ukraine can be included, are identified. Because many buildings, both residential and industrial, do not meet the requirements of energy saving, then the implementation of new and the development of existing methods of improving the energy efficiency of the national economy are a relevant task. The necessity to conduct a comprehensive energy survey of consumers of fuel and energy resources has been identified and proved in order to establish the efficiency of their use of fuel and energy resources and to develop economically sound measures to reduce fuel costs and energy supply that is, conducting an energy audit. The stages of the energy audit are presented. The classification of energy saving measures is given. The realization of the tasks on the implementation of energy saving technologies is by ensuring the increase of efficiency of work and development, as the energy sector and other sectors of the national economy. This poses requirements for organizing the financing of innovative measures, since the implementation of energy saving tasks requires the increase of capital investments. And since any innovative project should be economically feasible, risk-based, it is necessary to choose a method for calculating economic efficiency.

Of course, economic feasibility (economic benefits or cost effectiveness) is the basis for deciding whether to implement energy and resource saving measures at the enterprise. But one should not ignore the complex effects, which include not only the economic, but also the social, environmental, technological component. Often, these components do not correspond to the effect expressed in monetary terms and still have a positive contribution to the development of enterprises and industries of the national economy.

Since the efficiency of the use of fuel and energy resources is determined by many factors, the types of indicators of energy and resource conservation measures are determined. The basic principles on which approaches to the choice of indicators of efficiency of measures of energy, and resource saving are determined. The relationship between energy saving and energy efficiency is considered.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК МЕТОД ЗАЛУЧЕННЯ ТА УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ

CONTENT-MARKETING AS A METHOD OF ATTRACTING AND RETAINING CUSTOMERS

УДК 659.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-20

Білик І.І.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
Подарин А.Р.
студентка
Національний університет «Львівська політехніка»

У статті розглянуто такий інструмент маркетингових технологій, як контент-маркетинг. Подано інформацію про сутність цього визначення та його риси. Надано основну інформацію про найголовніші відмінності між контент-маркетингом та рекламою. Особливу увагу приділено основним перевагам та недолікам використання цього інструменту. Виокремлено основні види контент-маркетингу. Подано статистичну інформацію щодо зміни використання певних видів контент-маркетингу B2B маркетологами у 2019 році порівняно з 2018 роком. Згадано фактори, за допомогою яких відбувається спілкування з потенційними клієнтами. Стаття містить дані щодо рекомендацій для побудови якісного та успішного контент-маркетингу бренду. У створенні блискучого контент-маркетингу неабияку роль відіграє правильний вибір каналу просування. Отже, текст надає цінну інформацію про популярні канали просування та їх розуміння.

Ключові слова: *контент-маркетинг, реклама, цільова аудиторія, канали просування.*

В статье рассмотрен такой инструмент маркетинговых технологий, как контент-маркетинг. Предоставлена информация о сущности этого определения и его чертах. Предоставлена основная информация о самых главных различиях между контент-маркетингом и рекламой. Особое внимание уделено основным преимуществам и недостаткам использования этого инструмента. Выделены основные виды контент-маркетинга. Подана статистическая информация по изменению использования определенных видов контент-маркетинга B2B маркетологами в 2019 году по сравнению с 2018 годом. Упомянуты факторы, с помощью которых происходит общение с потенциальными клиентами. Статья содержит данные касательно рекомендаций для построения качественного и успешного контент-маркетинга бренда. В создании блестящего контент-маркетинга большую роль играет правильный выбор канала продвижения. Итак, текст предоставляет ценную информацию о популярных каналах продвижения и их понимании.

Ключевые слова: *контент-маркетинг, реклама, целевая аудитория, каналы продвижения.*

The article discusses such a marketing technology tool as content-marketing. It should be emphasized that currently content-marketing is a progressively effective method of influencing consumers. More and more companies are incorporating it into marketing and PR strategy. Information about the essence of this definition and its features is given. It should be understood that the main task that solves content marketing is not sales. The main purpose is to communicate with the audience, to disseminate information about the business, to establish trusting relationships and to ensure loyalty from potential clients. It's worth mentioning that over the last few years there has been a tendency in the world to abandon traditional advertising and actively use content marketing. Provides basic information about the major differences between content-marketing and advertising. Particular attention is paid to the main advantages and disadvantages of using this tool. The article highlights the main types of content-marketing. Nowadays a variety of species of content-marketing are used extensively, such as: social media, audio/visual content, photo materials, various interactive tools, podcasts, and more. In addition to these types of content-marketing, equally important are such types as interactive tools, live broadcasts and experimental content. The statistics on changing the use of certain types of B2B content-marketing by marketers in 2019 compared to 2018 are provided. The factors that help communicate with potential customers are mentioned. Since the combination of these seemingly simple factors can be difficult to accomplish, the research contains the data on recommendations on how to build quality and successful content-marketing. For brilliant content-marketing the right choice of promotion channel also plays an important role. Therefore, the text provides valuable information on popular promotion channels and their understanding. Nowadays a variety of species of promotion channels are used extensively, such as: website, email, social networks, industry forums, syndication. The relevant conclusions are given.

Key words: *content-marketing, advertising, target audience, promotion channels.*

Постановка проблеми. Сьогодні контент-маркетинг є прогресивним ефективним методом впливу на споживачів. Все більше компаній включає його в маркетингову та PR-стратегію. Все більше корисного контенту поширюється брендами задля залучення лояльної аудиторії. Швидкість розвитку контенту та його ефективність зростають щодня, отже, можна припустити, що згодом уся всесвітня павутина замінить банерну або контекстну рекламу контент-маркетингом, але є багато тих, хто стежить за модою й трендами, але, впроваджуючи контент-маркетинг, припускається низки важливих помилок, які зводять усі зусилля нанівець або перешкоджають досяганню суттєвих результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні декілька років у світі з'явилася тенденція до відмови від традиційної реклами й активного використання контент-маркетингу. Сьогодні серед іноземних та вітчизняних маркетологів, які активно обговорюють цю проблематику, беручи за основу інтернет-технології, можна відзначити таких, як З. Двуліт, С. Ілляшенко, М. Каплан, С. Кузнецова, О. Онищенко, М. Стелзнер, М. Хенлін. Згідно з даними Content Marketing Institute

(CMI) у червні 2019 року 62% маркетологів ринку B2B (Business-to-Business) стверджували, що вони почали обслуговувати більше клієнтів саме із залученням контент-маркетингу.

Постановка завдання. Головними завданнями дослідження є:

– визначення різниці між контент-маркетингом та рекламою;

– виокремлення переваг та недоліків впровадження контент-маркетингу;

– систематизація рекомендації для успішного контент-маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контент-маркетинг – це стратегічний маркетинговий підхід, сутність якого полягає у створенні та поширенні цінного, релевантного та послідовного контенту задля залучення та збереження чітко визначеної аудиторії, підвищення продажів, впізнання бренду, покращення іміджу фірми або вирішення інших завдань [1]. Ключовим словом є «цінний», яке допомагає відрізнити це визначення від того, яким можна описати майже будь-яку форму реклами. За останні роки поруч зі зростанням тренду на контент-маркетинг ефективність прямої реклами впала з 30% до 2%.

Для кращого розуміння важливості контент-маркетингу розглянемо його основні переваги [2].

1) Контент-маркетинг – це економічно ефективний спосіб залучення нових потенційних клієнтів.

2) Відбувається підвищення іміджу бренду внаслідок побудови довіри клієнтів, що підвищує рівень продажу товарів або послуг фірми.

3) Відбувається покращення оптимізації пошукових систем (SEO) за допомогою оптимізованого контенту.

4) Контент дає змогу бренду продемонструвати свої знання у певній сфері.

5) Контент-маркетинг допомагає показати потенційним покупцям, що ваш бренд є особливим, а також виділитися серед конкурентів.

Якщо говорити про недоліки контент-маркетингу, то до них можна віднести лише тривалий час, необхідний для отримання сталих результатів, а також вартість роботи, тому що залучати до реалізації стратегії потрібно досвідчену команду фахівців (редактори, копірайтери, дизайнери, маркетологи, SMM-спеціалісти), очевидно, що використання послуг відповідних кваліфікованих спеціалістів передбачає матеріальні витрати.

Кожного року технології стрімко прямують вперед, змінюються тенденції, що впливає на використання задіяних схем, за допомогою яких люди створюють власну справу. Це стосується також контент-маркетингу. Отже, для випередження конкурентів працівникам потрібно навчатися працювати з новим та багатоманітним інструментарієм. У жовтні 2019 року команда CMI провела анкетування серед респондентів ринку B2B, які використовували контент-маркетинг принаймні 1 рік. За результатами опитування сформовано графіки того, які види контенту використовували B2B-маркетологи останні 12 місяців, як змінили їх використання порівняно з 2018 роком [3] (рис. 1, рис. 2 відповідно).

Окрім наведених видів контент-маркетингу, не менш важливими є інтерактивні інструменти (конкурси, вікторини) (7%), прямі трансляції (7%), експериментальний контент (7%) та інші (7%).

Відповідно до наведених вище графіків ми бачимо, що у 2019 році трендами були такі види контент-маркетингу, як аудіо/візуальний контент (переважно відео та прямі трансляції), письмовий цифровий контент (статті та блоги) та зображення (інфографіка, меншою мірою – фото). Ми бачимо,

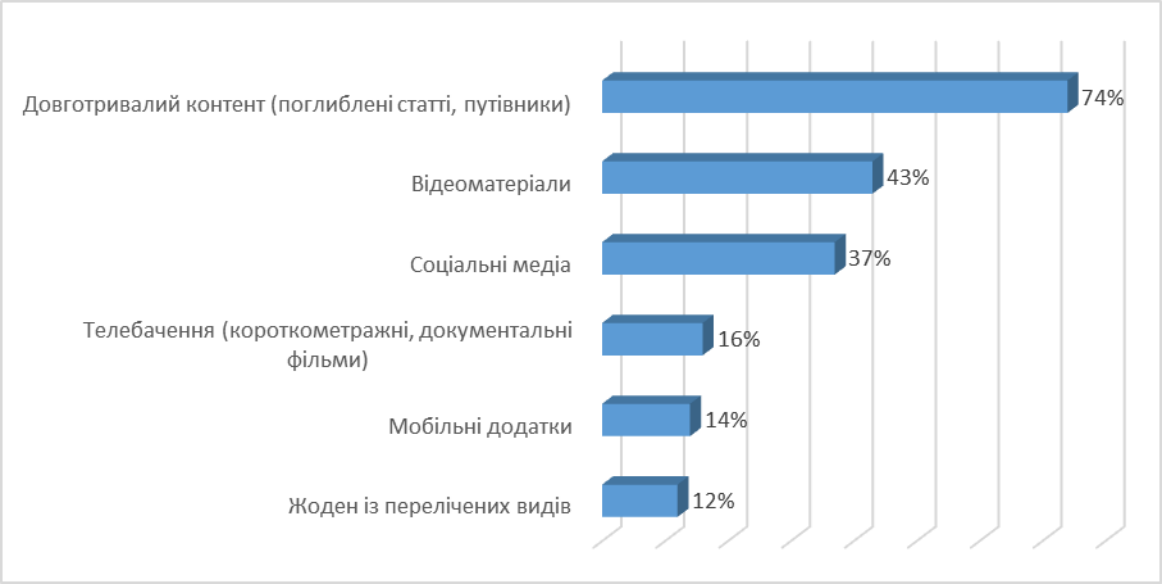


Рис. 1. Основні види контент-маркетингу на ринку B2B

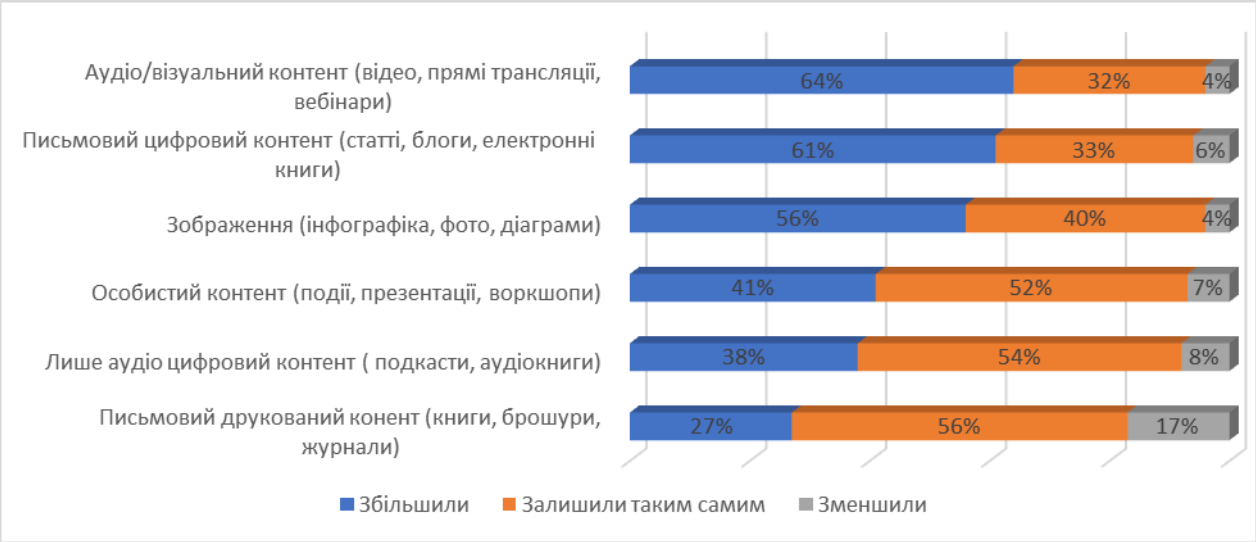


Рис. 2. Зміна використання видів контент-маркетингу B2B маркетологами у 2019 році порівняно з 2018 роком

що клієнтів приваблює контент, який є персональним та ненав'язливим, може чомусь навчити, розважає та доносить відповідну інформацію візуально. Проте це не означає, що такі типи вмісту дадуть найкращі результати для вашої компанії. Застосування певних видів контент-маркетингу безпосередньо залежить від здійснюваної діяльності та характеру вашого бізнесу, демографії, вподобань вашої аудиторії та ваших цілей.

Контент-маркетинг – це «новий» маркетинговий підхід, за допомогою якого спілкування з потенційними клієнтами відбувається таким чином:

– аудиторія із задоволенням звертає на контент увагу, адже він розкриває питання, які міг би поставити типовий покупець, та надає відповіді на них, охоплюючи відповідні теми;

– демонструє цій аудиторії за допомогою відповідного формату подачі контенту, який найбільше відповідає вибраній темі, що ви є саме тією фірмою, з якою можна співпрацювати [4].

Поєднання цих двох «простих» факторів передбачає складності під час його виконання, тому варто розглянути перелік важливих рекомендацій для побудови успішного контент-маркетингу, який наведений у табл. 1.

Ключем до успішного контент-маркетингу також є правильний вибір каналу просування. Для популяризації та розширення контенту ви можете використовувати такі канали [6]:

1) веб-сайт, адже органічний та прямий веб-трафік знайде все, що потрібно знати про ваш бренд;

2) електронна пошта, адже автоматизація розсилок щоденного або щотижневого вмісту своїм підписникам інформує їх про ваш бренд;

3) соціальні мережі ("Facebook", "Twitter", "Instagram", "YouTube"), адже вони є середовищем популяризації товарів і спілкування зі споживачами, частиною задоволення висхідного попиту на візуальний контент;

Таблиця 1

Рекомендації для побудови успішного контент-маркетингу

Рекомендація	Зміст
Створюйте інноваційний контент	Емоційно, творчо та оригінально взаємодійте зі своєю аудиторією. Просувайте привабливо діючий, «магнетичний» контент.
Простота	Простий, але витончений веб-сайт чи реклама допомагає споживачам швидко прийняти мудре рішення. Легкий у пошуку пошуковими системами контент, який просувається через онлайн-канали, підвищить попит на ваші інформаційні матеріали, як наслідок, на самі продукти та послуги.
Визначте потреби своєї аудиторії	Під час створення контенту враховуйте інтереси та вподобання своїх клієнтів.
Зрозумійте силу соціальних медіа	Соціальні медіа – це потужні платформи для маркетологів та компаній, тому необхідно створювати унікальний контент на кожній з них. Їх використання підніме інтерес до вмісту запропонованих соціальних акаунтів, а ваша «видимість» в Інтернеті підвищиться.
Будьте прозорі зі своїми клієнтами	Як зацікавити своїх споживачів цікавитись вашим товаром? Проста відповідь: бути чесним, забезпечити найкращу підтримку клієнтів та якісний продукт.

Джерело: складено за матеріалами [5]

4) промислові форуми, адже розміщення вмісту на шанованих галузевих форумах додає рівня авторитету та охоплення бренду вашою компанією, якого, можливо, раніше не було;

5) синдикація, адже повторна публікація контенту на сторонніх веб-сайтах збільшує читацьку аудиторію.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, підсумовуючи, відзначаємо, що контент-маркетинг – це найперспективніший маркетинговий підхід для просування власного бренду, який не втратить актуальності. Сьогодні найбільш популярними видами контент-маркетингу є соціальні медіа, аудіо/візуальний контент та фотоматеріали. Саме поєднання цих інструментів з рекомендаціями для побудови успішного контент-маркетингу дає змогу компанії бути конкурентоздатною у своїй сфері.

Таким чином, контент-маркетинг допомагає не лише підвищити впізнавання бренду, збільшити частку на ринку, але й створити міцні відносини з потенційними клієнтами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. What Is Content Marketing? URL: https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing (дата звернення: 04.12.2019).

2. Чому контент-маркетинг повинен бути одним з ваших пріоритетів? URL: https://internetdevels.ua/blog/content-marketing-benefits (дата звернення: 05.12.2019).

3. B2B Content Marketing Research: It Pays to Put Audience First. 2019. URL: https://contentmarketinginstitute.com/2018/10/research-b2b-audience (дата звернення: 02.12.2019).

4. Руководство по B2B-маркетингу как науке. URL: https://lpgenerator.ru/blog/2016/09/16/rukovodstvo-po-b2b-marketingu-kak-nauke (дата звернення: 10.12.2019).

5. Content-Marketing. How to Build an Audience that Builds Your Business? URL: https://attachments.convertkitcdnn.com/53948/d4ee1fcd-b170-46ea-9d67-edf8db71d595/Copyblogger-Content-Marketing-How-to-Build-an-Audience.pdf (дата звернення: 04.12.2019).

6. 6 кроків до успішного контенту для digital-marketing. URL: http://unlimitukraine.com.ua/page2562047.html (дата звернення: 05.12.2019).

REFERENCES:

1. What Is Content Marketing? Available at: https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing (accessed 04 December 2019).

2. Chomu kontent-marketynh povynen buty odnym z vashykh priorytetiv? Why should content marketing be one of your priorities?] Available at: https://internetdevels.ua/blog/content-marketing-benefit (accessed: 05 December 2019).

3. B2B Content Marketing Research: It Pays to Put Audience First. 2019. Available at: https://contentmarketinginstitute.com/2018/10/research-b2b-audience (accessed: 02 December 2019).

4. Rukovodstvo po V2V marketynhu kak nauke [A guide to B2B marketing as a science]. Available at: https://lpgenerator.ru/blog/2016/09/16/rukovodstvo-po-b2b-marketingu-kak-nauke (accessed: 10 December 2019).

5. Content-Marketing. How to Build an Audience that Builds Your Business? Available at: https://attachments.convertkitcdnn.com/53948/d4ee1fcd-b170-46ea-9d67-edf8db71d595/Copyblogger-Content-Marketing-How-to-Build-an-Audience.pdf (accessed: 04 December 2019).

6. 6 krokiv do uspishnoho kontentu dlia digital-marketing. [6 Steps to Successful Digital Marketing Content]. Available at: http://unlimitukraine.com.ua/page2562047.html (accessed: 05 December 2019).

Bilyk Iryna
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University
Podaryn Anhelina
Student
Lviv Polytechnic National University

CONTENT-MARKETING AS A METHOD OF ATTRACTING AND RETAINING CUSTOMERS

The purpose of the article. Today, content-marketing is a progressively effective method of influencing consumers. More and more companies are incorporating it into marketing and PR strategy. But there are many people, who follow the fashion and trends, but when they introduce content marketing, they make a number of important mistakes that negate all efforts or prevent significant results. It should be understood that the main task that solves content marketing is not sales. The main purpose is to communicate with the audience, to disseminate information about the business, to establish trusting relationships and to ensure loyalty from potential clients. Therefore, the purpose of our article is to identify the difference between content-marketing and advertising, highlight the benefits and disadvantages of implementing content-marketing, and systematize recommendations for successful content-marketing.

Methodology. The theoretical and methodological basis of the study is principles of modern marketing theory. For the purpose of obtaining convincing conclusions in the course of work are used such methods as: structural and logical and semantic analysis (to determine the difference between content-marketing and advertising) were used; comparison (to determine the advantages and disadvantages of content-marketing over other communication tools on the Internet), a logical generalization of results (to develop recommendations for successful content-marketing and conclusions).

Results. Results of the research showed that in recent years, with the growing trend in content marketing direct ad performance has dropped from 30% to 2%. The main advantages of content-marketing are that content-marketing is positioned as a cost effective way to attract new leads, it enhances brand image through customer trust, improves search engine optimization with optimized content, enables the brand to showcase its knowledge, it also helps show potential buyers that your brand is special and stand out from your competitors. If we talk about the disadvantages of content-marketing, they can only be attributed to the long time, which is necessary to get consistent results, whilst the cost of work, because the strategy requires the involvement of an experienced team of specialists (editors, copywriters, designers, marketers and SMM specialist) and it is obvious that their services cannot be cheap.

An important achievement is also to highlight a list of important recommendations for building successful content-marketing. These include creating innovative content, simplicity, identifying the needs of our audience, understanding the power of social media, and being transparent with our customers.

Practical implications. As practice shows, in 2019 trends were such content-marketing tools as audio/visual content, digital writing content and images.

Value/originality. Content-marketing is the most promising marketing approach for promoting your brand without losing its relevance. The combination of various types of content-marketing enables the company to be competitive in its field. This approach not only helps to increase brand awareness, increase market share, but also build strong relationships with potential customers.

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

DETERMINATION OF PROFITABILITY FACTORS AT UKRAINIAN MACHINE-BUILDING COMPLEX ENTERPRISES

УДК 338.012:658.15
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-21

Вєдєніна Ю.Ю.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Буряк Є.В.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Цимбал О.С.
студент
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Машинобудівна галузь є фондоутворюючою та визначальною галуззю відносно розвитку інших галузей народного господарства України, що створює необхідність прибутковості саме машинобудівних підприємств. Сьогодні, в умовах біфуркації економічного розвитку України, вкрай важливим є визначення факторів прибутковості машинобудівних підприємств, які б окреслили їх подальші вектори розвитку і дали підприємцям-власникам чітке розуміння спрямованості витрачання їх зусиль, часу та коштів. У статті проведено аналіз сучасного стану та динаміки прибутковості підприємств машинобудівної галузі України за останні роки, а також окремих показників, які мають вплив на неї, таких як структура балансу, виробництво та реалізація продукції, умови та оплата праці робітників, знос основних засобів. На основі проведеного аналізу вдалося виділити основні фактори збільшення прибутковості й зменшення збиткової діяльності підприємств машинобудівного сектору в аспекті сучасного стану розвитку.

Ключові слова: *машинобудування, підприємство, прибутковість, збитковість, баланс, виробництво, реалізація.*

Машиностроительная отрасль является фондообразующей и определяющей отраслью относительно развития других отраслей народного хозяйства Украины, что создает необходимость прибыльности именно машиностроительных предприятий. Сегодня, в условиях бифуркации экономического развития Украины, крайне важным является определение факторов прибыльности машиностроительных предприятий, которые бы обозначили их дальнейшие векторы развития и дали предпринимателям-владельцам четкое понимание направленности траты их усилий, времени и средств. В статье проведен анализ современного состояния и динамики прибыльности предприятий машиностроительной отрасли Украины за последние годы, а также отдельных показателей, влияющих на нее, таких как структура баланса, производство и реализация продукции, условия и оплата труда рабочих, износ основных средств. На основе проведенного анализа удалось выделить основные факторы увеличения прибыльности и уменьшения убыточной деятельности предприятий машиностроительного сектора в аспекте современного состояния развития.

Ключевые слова: *машиностроение, предприятие, прибыльность, убыточность, баланс, производство, реализация.*

The machine-building industry is a capital-forming and determining industry with respect to other sectors of the Ukrainian national economy development, which creates the need for profitability of machine-building enterprises. In the conditions of Ukrainian economic development bifurcation, it is extremely important to determine the factors of profitability of machine-building enterprises, which would indicate their further development vectors and give entrepreneurs-owners a clear understanding of spending direction to their efforts, time, and money. In the article, an analysis of the current state and dynamics of the engineering industry of Ukraine enterprises profitability in recent years was carried out - in general, it turned out to be positive. However, there were nuances that could negatively affect the development and profitability of the machine-building complex enterprises in the future and therefore the problem determining the factors of profitability of their enterprises solution was necessary and quite relevant today. To determine the reasons that influenced such a result (positive and negative), we also analyzed individual indicators, especially those affecting the profitability of a machine-building enterprise, such as production and sales of products, conditions and wages of employees, and depreciation of fixed assets. In addition, an analysis was made of the dynamics of the balance structure of the average Ukrainian engineering enterprise, the purpose of which was to show several determining criteria – how independent the enterprises of the Ukrainian engineering complex are from external debt obligations, how soon they will be able to pay them off, and how high are the parts of the equity capital of enterprises and working capital funds throughout the year. Based on the analysis conducted in this article, it was possible to identify the main factors of increasing profitability and reducing unprofitable activities of enterprises in the engineering sector in the aspect of the current state of development and presenting them in the form of a structured scheme.

Key words: *machine building, enterprise, profitability, unprofitability, balance, production, selling.*

Постановка проблеми. Оскільки машинобудування є двигуном економіки будь-якої держави, то прибутковість підприємств цієї галузі є найважливішим чинником зростання економіки всієї України. Сьогодні прибутковість українських машинобудівних підприємств збільшується, але негативні тенденції залишаються й за останні роки значно збільшили свій вплив. Ця статистика спричинює необхідність аналізу стану речей та визначення факторів, що впливають на прибутковість галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями у сфері проблем машинобудівної галузі промисловості України в розрізі останніх років займалися О. Полякова, П. Юхименко, В. Федосов, Л. Лазебник, А. Колосов та інші вітчизняні науковці та дослідники.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану та визначення спрямованості зусиль машинобудівних підприємств стосовно збільшення їх прибутковості в сучасних умовах української економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудівний комплекс є найважливішою складовою промисловості будь-якої країни. Без функціонування й розвитку машинобудівних підприємств стають неможливими функціонування та розвиток будь-якої виробничої діяльності країни. Машинобудування є основною галуззю обробної промисловості, що спеціалізується на виробництві засобів виробництва для різних галузей промисловості та предметів споживання для потреб населення [1]. Машинобудівна галузь є фондоутворюючою та визначає рівень розвитку всіх інших

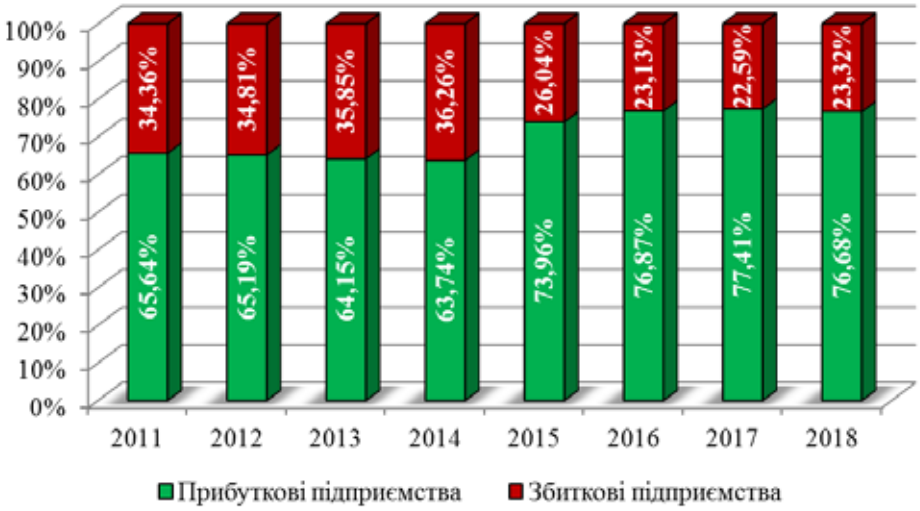


Рис. 1. Динаміка структури підприємств машинобудівної галузі України за критеріями прибутковості/збитковості у 2011–2018 роках

Джерело: [4]

галузей народного господарства, закладає основи конкурентних переваг окремих підприємств і галузей промисловості. Визначальне значення стану машинобудування для національної економіки полягає в тому, що воно є провідником досягнень НТП в усі сфери й галузі економіки. Від рівня розвитку цієї галузі залежать рівень продуктивності праці в економіці, рівень науково-технічного потенціалу країни та її обороноздатність.

Отже, питання визначення факторів прибутковості машинобудівного комплексу є вельми актуальним у будь-який час, тим більше в умовах біфуркації економічного розвитку України між орієнтацією розвитку на ефективність та орієнтацією на інновації [2].

Сьогодні розвиток машинобудівного комплексу України, незважаючи на проблемні аспекти, загалом має перспективну тенденцію до зростання. Однак визначення й розуміння сутності проблем дадуть змогу сучасним машинобудівним підприємствам вжити заходів щодо їх вирішення, адже навіть якщо окремому підприємству не властиві проблеми щодо його галузі загалом, то в перспективі вони цілком можуть з'явитися, оскільки процеси, що виникали на інших підприємствах галузі й були причиною виникнення проблем, мають властивість повторюватись на підприємствах, які перебувають на початкових стадіях свого розвитку. Передчасне визначення цих проблем у перспективі дасть змогу підприємствам вжити профілактичних заходів щодо усунення їх виникнення, зекономить підприємствам кошти та час, збереже репутацію на ринку.

Головною метою функціонування й стабільного розвитку будь-якого підприємства є його прибуток [3]. Прибутковість підприємства означає, що воно має кошти для поповнення свого капіталу, є конкурентоспроможним на ринку, може впливати на підвищення якості своєї продукції, а його працівники мають гідну оплату й умови праці. Як бачимо з рис. 1 та табл. 1, структура підприємств машинобудівного комплексу до 2014 року мала досить негативну тенденцію: збільшення частки збиткових підприємств підсилювалося поступовим зменшенням загального результату від діяльності всього машинобудівного комплексу, який на 2013 рік складав лише 2,8 млрд. грн. прибутку.

Різка зміна зовнішньоекономічної політики нашої держави, яка викликала зміну векторів постачання сировини й комплектуючих та збуту продукції, та події на сході, що відрізали машинобудівний комплекс країни від великої кількості високоприбуткових машинобудівних підприємств Донбасу у 2014–2015 роках, привели до різкого спаду в економіці країни. Значною мірою вони вплинули на машинобудівну галузь, адже за від-

Таблиця 1

Динаміка загального прибутку/збитку від діяльності машинобудівних підприємств (млрд. грн.)

Показник	Рік							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Прибуток (+)	+13,1	+12,5	+7,2	+7,6	+12,9	+11,8	+15,6	+19,1
Збиток (-)	-2,5	-3,2	-4,4	-30,0	-28,3	-12,5	-9,5	-11,6
Сальдо (±)	+10,6	+9,3	+2,8	-22,4	-15,4	-0,7	+6,1	+7,5

Джерело: [4]

сутності зміни прибутку від діяльності галузі 2014 рік став для неї збитковим (сукупний збиток склав майже 22,4 млрд. грн.). При цьому частка структури прибуткових підприємств, як бачимо з рис. 1, збільшилась на 10%. Це сталося через загальне зменшення збиткових машинобудівних підприємств середнього та малого бізнесу, кількість яких набагато більше, ніж кількість великих високоприбуткових підприємств.

Майже три роки галузь оговтувалася від понесених збитків, і вже у 2017 році кількість прибутку перевищила збитковий результат, а на 2018 рік загальне сальдо від діяльності підприємств машинобудування склало 7,5 млрд. грн. Варто зауважити, що, попри зростання за останній рік прибутку на 22,4%, збиток також рівномірно збільшився, а саме на 22,2%, що відбулося за рахунок підприємств середнього бізнесу, збитковість яких стрімко зросла вполовину, а прибутковість впала за останній рік.

Отже, нині машинобудівна галузь, попри труднощі, вийшла з кризової ситуації та стала прибутковою. Попри це, зберігаються негативні тенденції, які можуть кардинально змінити стан речей, тому доцільно більш детально розглянути окремі показники діяльності й визначити причини, які зумовили позитивну та негативну динаміку прибутковості машинобудівних підприємств.

Складові балансу підприємства є показниками, що відображають його залежність від зовнішнього середовища та стан стосунків з ним, розкривають інформацію про його фінансовий стан та стан його майна, допомагаючи зрозуміти спроможність підприємства знаходити кошти для свого функціонування й подальшого розвитку [5]. На рис. 2 зображено баланс середньостатистичного машинобудівного підприємства України. За наведеними даними бачимо, що частка власного капіталу підвищується, що є позитивним показником, адже зростає їх фінансова незалежність і підвищується їх здатність до залучення позикових коштів за більш вигідними умовами. Водночас існує також негативна динаміка зменшення відношення оборотних активів до поточних зобов'язань, що приводить до зменшення поточної ліквідності підприємства, а за відсутності зміни поточних темпів – також до неможливості підприємств виплачувати борги за довгостроковими зобов'язаннями за допомогою оборотних активів, що змусить або зменшити частку власного капіталу, або розпродати частку необоротних активів для виплати боргу.

Крім того, на машинобудівних підприємствах за останні роки змінився ступінь зносу основних засобів (рис. 3). За останні 6 років спостерігається поступове збільшення цього показника на підприємствах з виробництва електричного устаткування, машин та устаткування, не віднесених до інших угрупувань, а також його зниження на підприємствах, які виробляють комп'ютери, електронну та оптичну продукцію, автотранспортні засоби.

Загальний ступінь зносу основних засобів є досить високим і становить понад 60%, що є негативним показником і свідчить про недостатню заміну обладнання, з чого випливає, що на машинобудівних підприємствах наявний

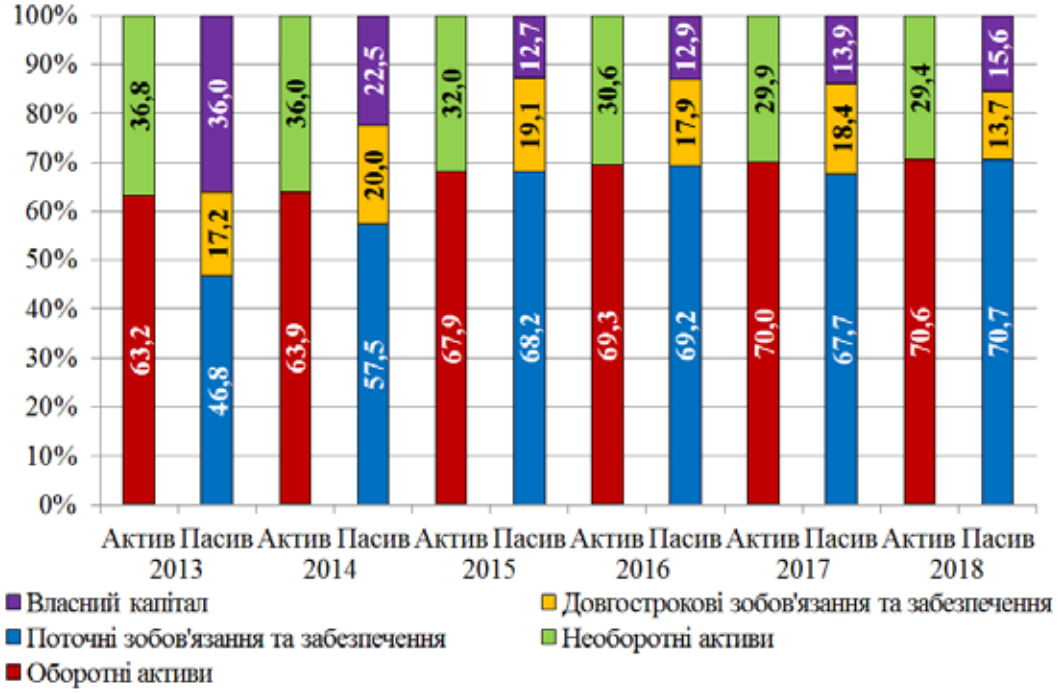


Рис. 2. Динаміка структури балансу середньостатистичного машинобудівного підприємства за 2013-2018 роки [4]

Джерело: [4]

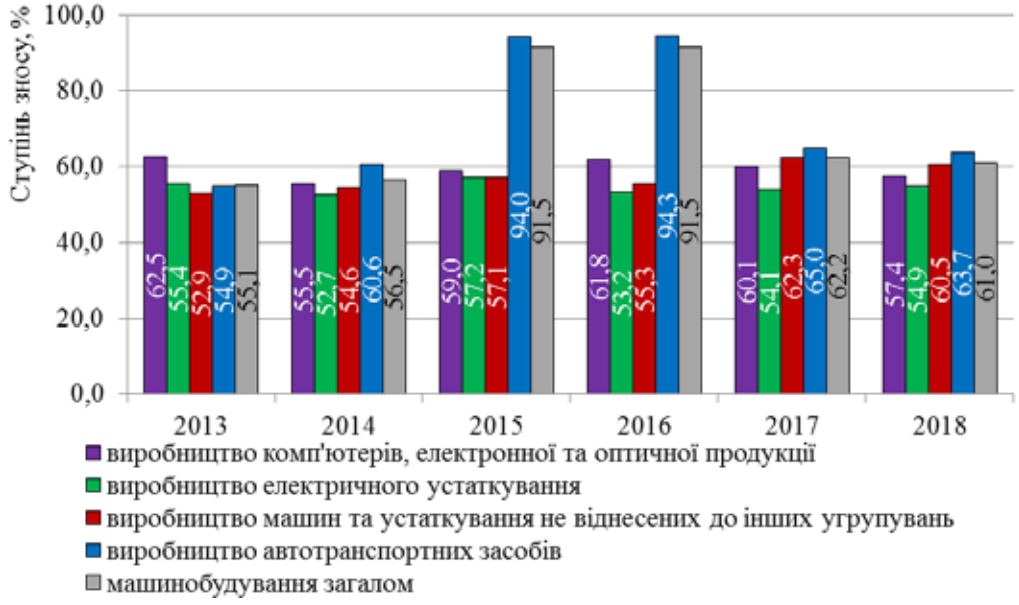


Рис. 3. Зміна рівня зносу основних засобів залежно від виду економічної діяльності машинобудівних підприємств за 2013–2018 роки

Джерело: [4]

низький рівень автоматизації виробництва. При цьому спостерігається зменшення середньої кількості працівників на машинобудівних підприємствах [6]. Оскільки воно не спричинене і не доповнюється автоматизацією виробничих процесів, можна говорити про неможливість високого фінансування більшістю підприємств машинобудівної галузі оплати праці виробничого персоналу, що приводить до скорочення штату, зменшення кваліфікованих фахівців, як наслідок, зниження кількості виробленої продукції.

Якщо розглядати динаміку обсягу виробництва машинобудування (рис. 4), то можна побачити, що загалом вона є невтішною. З 2011 року, згідно з індексами продукції галузі, темпи загального обсягу виробництва машинобудування України були негативними, а сьогодні обсяг виробництва є набагато меншим, ніж 7 років тому (63,7% відносно 2011 року).

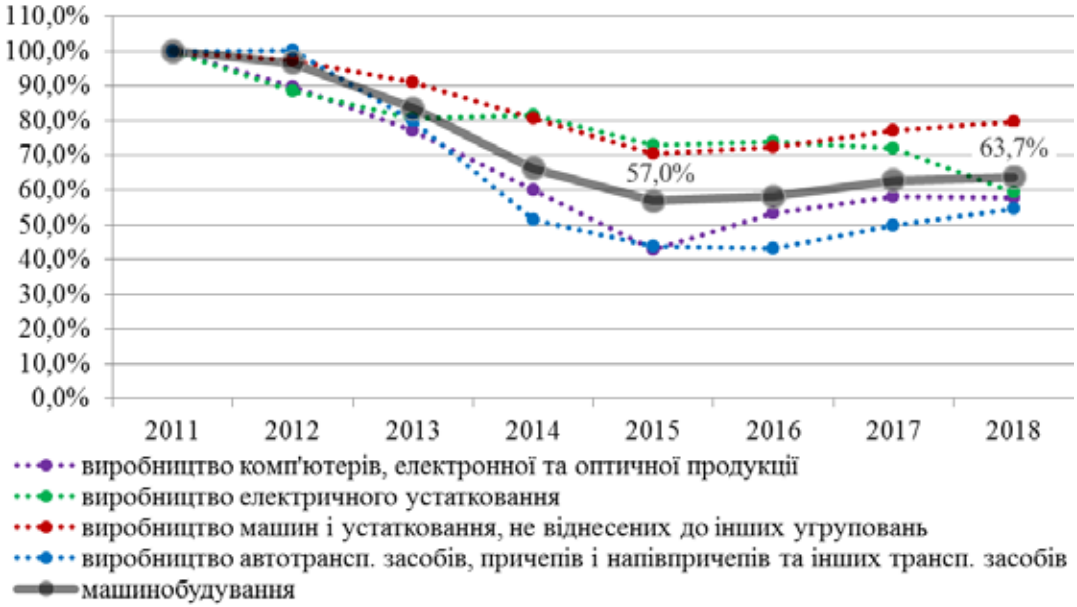


Рис. 4. Динаміка індексів машинобудівного виробництва за 2011 2018 роки за зростаючим підсумком відносно 2011 року

Джерело: [4]

Рис. 5. Динаміка обсягів реалізованої продукції машинобудівними підприємствами за 2011–2018 роки

Джерело: [4]

Незважаючи на сумну статистику виробництва продукції, динаміка темпів її реалізації, зображена на рис. 5, є досить позитивною. Після короткострокового зниження у 2013–2014 роках темпи знову почали зростати, а на 2018 рік обсяг реалізованої продукції перевищив позначку в 200 млрд. грн., причому обсяги реалізації продукції різних видів підприємств машинобудування зростали досить стабільно та рівномірно.

Важливо додати, що кожна з вищезазначених частин формування прибутковості машинобудівних підприємств зазнала суттєвого зменшення показників у 2014–2015 роках, що викликано конфліктом на Донбасі, виникнення якого суттєво вплинуло саме на розвиток промислового сектору економіки, частиною якого є машинобудування, оскільки найбільша частина виробничих підприємств зосереджена саме на сході нашої країни [7].

Отже, сьогодні постає питання стосовно того, як машинобудівним підприємствам у сучасних умовах залишатися прибутковими й стабільно розвиватися, підвищуючи свою конкурентоспроможність відповідно до вимог внутрішнього та зовнішнього ринків.

Для визначення факторів, що найбільш сильно змогли би збільшити прибутковість машинобудівних підприємств нашої держави, доцільно буде створити схему, зображену на рис. 6.

На основі проаналізованого у статті матеріалу можна запропонувати українським підприємствам машинобудівного сектору поширювати свою популярність та збільшувати інвестиційну привабливість на міжнародному ринку за рахунок зміцнення економічних зв’язків із закордонними продавцями продукції, внаслідок чого з’явиться можливість отримання вельми важливих коштів від нових зацікавлених іноземних інвесторів.

Забезпечення стабільної роботи й розвитку підприємств галузі є можливим лише внаслідок впровадження нових технологічних процесів на виробництві та їх автоматизації, використання більш економічних джерел енергії, палива та матеріалів, а також оновлення наявного обладнання за рахунок коштів іноземних інвесторів.

Держава ж повинна або безпосередньо зменшити податкове навантаження на машинобудівну галузь, зокрема на середній та малий бізнес, або шляхом видачі дотацій, субвенцій, субсидій та іншої матеріальної допомоги.

Крім того, за сприяння держави має бути зупинена тенденція зменшення кількості робочих місць, притаманна не тільки машинобудівній галузі, але й усім підприємствам України загалом. Щодо підприємств цього можна досягти внаслідок скорочення управлінського та обслуговуючого персоналу або зменшення ставок заробітної плати управлінського персоналу разом із підвищенням умов праці виробничого персоналу, але вони не поспішають змінювати керівний склад та його структуру, отже, держава повинна втрутитись у це, змінивши чинне законодавство стосовно частки заробітної плати управлінського персоналу у загальному фонді оплати праці підприємства.

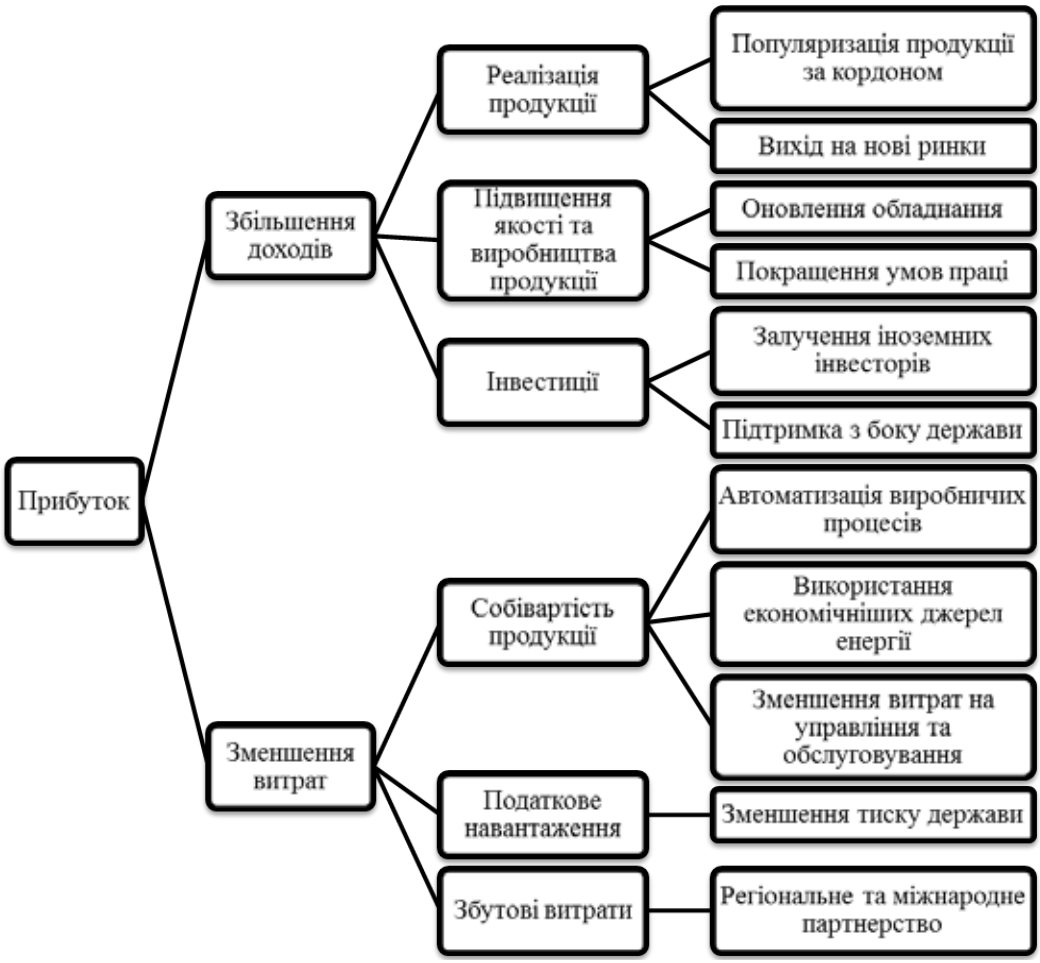


Рис. 6. Основні фактори прибутковості машинобудівних підприємств України

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши динаміку та сучасний стан показників, що впливають на прибутковість машинобудівних підприємств, вважаємо досить справедливим твердження, що машинобудівна галузь України сьогодні перебуває в ситуації повільного відновлення потужностей та післякризового розвитку. В таких умовах вкрай необхідним є залучення інвестицій, зокрема іноземних, у виробничу діяльність машинобудівних підприємств, що позначилося би на їх власному капіталі й оновило б їх обладнання та інструментарій до більш технічного та сучасного рівня, автоматизувавши виробничі процеси на них, а також збільшило б умови та оплату праці виробничих робітників. Все це значно підвищить якість продукції та посилить конкурентоспроможність вітчизняних машинобудівних підприємств на світовому ринку, що досить сильно вплине на прибутковість підприємств та їх економічне зростання й розвиток, отже, на економіку країни загалом. Вкрай важливою сьогодні також є підтримка машинобудівного комплексу, особливо середнього та малого бізнесу, з боку держави, яка полягає у зменшенні податкового тиску та/або збільшенні матеріальної допомоги.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузь Т. Стратегічний розвиток машинобудування в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 1(30). С. 35–43.

2. Полякова О. Модель оцінки стадії розвитку економіки України. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2018. Вип. 40. Ч. 2. С. 115–123.

3. Скибенко С., Чемерис М. Формування стратегії управління прибутком підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 6(51). Ч. 2. С. 152–160.

4. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat. gov.ua (дата звернення: 03.12.2019).

5. Юхименко П., Федосов В., Лазебник Л. та ін. Теорія фінансів : підручник / за ред. В. Федосова, С. Юрія. Київ : ЦУЛ, 2010. 576 с.

6. Цимбал О., Заболотній І. Тенденції оплати праці в Україні. *Теоретичні та практичні проблеми реалізації норм права* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 8–9 грудня 2018 року. Кременчук, 2018. С. 150–153.

7. Колосов А. Економічна блокада підприємств непідконтрольної частини Донбасу дає свої негативні наслідки. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 3(49). С. 4–10.

REFERENCES:

1. Kuz T. (2011) Stratehichnyi rozvytok mashynobuduvannia v Ukraini [Strategic Development of Mechanical Engineering in Ukraine]. *Galician Economic Bulletin*, vol. 1(30), pp. 35–43.
2. Poliakova O. (2018) Model otsinky stadii rozvytku ekonomiky Ukrainy [Model of estimation of stage of development of economy of Ukraine]. *Formation of market economy in Ukraine*, vol. 40, no. 2, pp. 115–123.
3. Skybenko S., Chemerys M. Formuvannia stratehii upravlinnia prybutkom pidpryiemstva [Formation of enterprise profit management strategy]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, vol. 6(51), no. 2, pp. 152–160.
4. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 3 December 2019).
5. Yukhymenko P., Fedosov V., Lazebnyk L. (2010) Teoriia finansiv [The theory of finance]. Kyiv : TsUL. (in Ukrainian)
6. Tsymbal O., Zabolotnii I. (2018) Tendentsii oplaty pratsi v Ukraini [Labor trends in Ukraine]. *Theoretical and practical problems of implementing the rule of law*, pp. 150–153.
7. Kolosov A. (2017) Ekonomichna blokada pidpryiemstv nepidkontrolnoi chastyny Donbasu daie svoi nehatyvni naslidky [The economic blockade of enterprises of the uncontrolled part of the Donbas gives its negative results]. *Economic Herald of the Donbas*, vol. 3(49), pp. 4–10.

Viedienina Yuliia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Buriak Yevhen
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Tsymbal Olexandr
Student
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

DETERMINATION OF PROFITABILITY FACTORS AT UKRAINIAN MACHINE-BUILDING COMPLEX ENTERPRISES

The purpose of the article. In modern conditions of bifurcation of the economic development of Ukraine between the focus on efficiency and focus on innovation, determining the factors that affect the profitability of machine-building enterprises is extremely important.

The importance of the study of the enterprises of the machine-building complex is explained by the fact that machine-building is a capital-forming and determining industry with respect to the development of other sectors of the national economy of Ukraine. In addition, it is engineering that is the conductor of the achievements of scientific and technological progress in all spheres and sectors of the economy. Today, there remain negative nuances in the matter of increasing the profitability of enterprises in this industrial sector, and this prompts an analysis of the dynamics and current state of indicators that affect this.

The main purpose of the article is to study the determining factors of profitability of enterprises of the Ukrainian machine-building complex and ways aimed at their increase and development.

Methodology. The article used such methods of scientific knowledge as analysis, synthesis, abstraction, induction, deduction, analogy, systems approach and others.

Results. The article analyzed the current state and dynamic analysis of the activity and profitability of the engineering complex of Ukraine, which turned out to be positive. In addition, it was confirmed that there were certain nuances that could negatively affect the development and profitability of machine-building enterprises in the future.

Based on this, we analyzed the dynamics of certain indicators that affect the profitability of Ukrainian machine-building enterprises, such as production and sales of products, conditions and wages of workers, and depreciation of fixed assets. In addition, a change in the balance structure of the average machine-building enterprise was analyzed.

After analyzing the dynamics and current state of indicators that affect the profitability of engineering enterprises, it is fairly fair to say that the Ukrainian engineering industry is currently in a state of slow recovery of capacities and post-crisis development.

Based on the analysis and taking into account the current conditions for the development of the industry, the necessary measures were identified covering all types of activities of enterprises of the Ukrainian engineering complex.

Practical implications. Studying the activities of machine-building enterprises, determining their profitability factors in modern conditions and suggesting ways of spending resources of the enterprise can be used at the enterprises of the industry in question, in fact, to ensure an increase in their profitability, and as a result, increase the national economy of Ukraine.

Value/originality. The article proposes a systematic approach to solving the problem of increasing the profitability of enterprises in the engineering industry, which consists in increasing profitability by synthesizing the categories of increasing income and reducing spending, each of which is also divided into certain criteria. On its basis, ways of spending money, time and money by senior management personnel that would contribute to the implementation of the above criteria are proposed.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

ANALYSIS OF MODERN METHODOLOGICAL PROVISIONS OF FINANCIAL STATUS DIAGNOSTICS AND MECHANISM OF ANTI-CROSS STABILIZATION OF ENTERPRISE

УДК 658.33
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-22

Гнатенко Є.П.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва, управління та адміністрування
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
Вищого навчального закладу «Університет «Україна»

У статті визначено потребу здійснення діагностики фінансового стану підприємства й прогнозування ймовірності його банкрутства. Також представлено необхідність розроблення рекомендацій щодо поліпшення й стабілізації діяльності підприємств. Досліджено найпоширеніші моделі діагностики банкрутства, представлено їх позитивні та негативні риси. Результати сучасних методик надають суперечливі висновки щодо фінансового стану підприємства та загрози банкрутства, не враховують специфіку української економіки. Визначено, що для отримання більш достовірної інформації необхідно здійснювати комплексний аналіз діяльності підприємства та використовувати декілька методик прогнозування банкрутства. Відзначено, що для економічного зростання підприємству необхідно впроваджувати ефективну цінову, податкову політику, використовувати фінансовий та операційний левериджи, здійснювати оптимізацію співвідношення необоротних та оборотних активів, прискорення їх обігу.

Ключові слова: *банкрутство, моделі, коефіцієнти, антикризове управління, економічне зростання, виробничий леверидж, фінансовий леверидж.*

В статье определена потребность осуществления диагностики финансового состояния предприятия и прогнозирования вероятности его банкротства. Также представлена необходимость разработки рекомендаций по улучшению и стабилизации деятельности предприятий. Исследованы распространенные модели диагностики банкротства, представлены их положительные и отрицательные черты. Результаты современных методик предоставляют противоречивые выводы о финансовом состоянии предприятия и угрозах банкротства, не учитывают специфику украинской экономики. Определено, что для получения более достоверной информации необходимо осуществлять комплексный анализ деятельности предприятия и использовать несколько методик прогнозирования банкротства. Отмечено, что для экономического роста предприятию необходимо внедрять эффективную ценовую, налоговую политику, использовать финансовый и операционный левериджи, осуществлять оптимизацию соотношения необоротных и оборотных активов, ускорение их оборачиваемости.

Ключевые слова: *банкротство, модели, коэффициенты, антикризисное управление, экономический рост, производственный леверидж, финансовый леверидж.*

The article identifies the need to diagnose the financial condition of an enterprise and predict its probability of bankruptcy. There is also a need to develop recommendations for improving and stabilizing the activity of enterprises. It is determined that a large number of methods of conducting bankruptcy diagnostics differ by the objects of the study, the stages of the analysis, the scope of the study, as well as the set of indicators by which the analysis is conducted. The most common models of bankruptcy diagnostics were investigated are the Altman model, the Beaver coefficient, the discriminant Forest model, the Tuffler discriminant model, the Conan and Golder solvency diagnostics model, the Springgate model, the Tereshchenko discriminant model, Saifullina-Kadikov, Matviychuk, Andrushchak. Their positive and negative features are presented. It is presented that the regulatory and methodological basis for insolvency assessment in Ukraine is an order of the Ministry of Economy of Ukraine "On approval of Methodological recommendations for identifying signs of insolvency of the enterprise and signs of actions for concealing bankruptcy, fictitious bankruptcy or bringing to bankruptcy". The results of modern methods provide contradictory conclusions about the financial state of the enterprise and the threat of bankruptcy and do not take into account the specifics of the Ukrainian economy. It is determined that in order to obtain more reliable information it is necessary to carry out a comprehensive analysis of the activity of the enterprise and to use several methods of bankruptcy forecasting. It is noted that one of the main measures of crisis management is the application of the enterprise model of accelerated economic growth, which is based on an increase in the growth rate of sales of products in the next period. The correlation between the dynamics of production of production and the dynamics of used resources determines the nature of economic growth, and the coefficient of sustainability of economic growth shows how fast the economic potential of the enterprise increases. It is emphasized that for economic growth the company needs to implement an effective price, tax policy, use financial and operating leverage, optimize the ratio of current and current assets, and accelerate their turnover. The rate of economic growth of the enterprise should be ensured by the increase in the level of profitability of sales.

Key words: *bankruptcy, models, coefficients, crisis management, economic growth, production leverage, financial leverage.*

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України свідчить про багатогранність факторів, що впливають на діяльність підприємств, необхідність удосконалення оцінювання фінансового стану підприємств. Гостро стоїть проблема банкрутства суб'єктів господарювання, потреба розроблення системи діагностики банкрутства й запобігання йому, а також стратегії виходу з кризових ситуацій на самих підприємствах. Отже, основна мета фінансового аналізу в цій галузі полягає у здійсненні діагностики та прогнозування фінансового стану підприємства, а також розробленні рекомендацій щодо його поліпшення й стабілізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розроблення теоретичних основ та методологічних підходів до проблем аналізу фінансового стану підприємства здійснили вчені-економісти, зокрема Е. Альтман, О.Я. Базілінська, У. Бівер, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк, О.І. Барановський, Ф.Ф. Бутинець, І.О. Бланк, О.П. Зайцева, К.В. Ізмайлова, Т.М. Ковальчук, М.Я. Коробов, Л.А. Лахтіонова, В.О. Мец, А.М. Поддєрьогін,

В.В. Сопко, В.М. Суторміна, Р. Таффлер, Г. Тішоу, М.Г. Чумаченко, В.В. Шеремет, С.І. Шкарабан, М.І. Яцків. Багато уваги приділяється питанню діагностики банкрутства та стабілізації діяльності підприємств. Так, проблема діагностики банкрутства та антикризової стабілізації знайшла своє відображення в дослідженнях багатьох вітчизняних учених, таких як І.І. Калічак, В.В. Лазоренко, А.В. Матвійчук, А.В. Мартиненко, П.О. Сич, Ж.В. Семчук, А.Ю. Погребняк, О.О. Терещенко, А.В. Федорова, І.В. Чібісова, М.О. Юнацький.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення методичних аспектів діагностики фінансового стану, прогнозування банкрутства підприємств України та визначення комплексу ефективних методів, щодо економічного зростання їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діагностика фінансового стану підприємства є системою цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення параметрів кризового розвитку підприємства, в якого є ймовірність банкрутства в майбутньому періоді. Існує велика кількість методик проведення діагностики банкрутства, які відрізняються об'єктами дослідження, етапами проведення аналізу, масштабами дослідження, а також набором показників, за допомогою яких проводиться аналіз.

В сучасних умовах господарювання діяльність кожного підприємства перебуває під впливом багатьох факторів, які можуть негативно впливати на платоспроможність та сприяти банкрутству. Науковці, досліджуючи цю проблему, розробили значну кількість методик та моделей прогнозування банкрутства, але під час їх використання результати мають суперечливу характеристику. В практиці найчастіше використовують моделі Альтмана, коефіцієнт Бівера, дискримінантну модель Ліса, дискримінантну модель Таффлера, показник діагностики платоспроможності Конана і Гольдера, модель Спрінгейта, дискримінантну модель Терещенка, модель Сайфуліна тощо. Z-модель Альтмана представлена математичною формулою, яка дає можливість виміряти ступінь ризику банкрутства конкретної фірми. Ця модель є функцією показників, які характеризують економічний потенціал та результати роботи підприємства за попередній період. Для спрощення розрахунків Е. Альтманом запропонована двохфакторна модель, в яку входять два показника, а саме коефіцієнт поточної ліквідності та питома вага позикових коштів. Результати використання цієї моделі можуть бути неточними для вітчизняних підприємств у зв'язку з тим, що США використовують інший стандарт бухгалтерської звітності (GAAP). Ідеї Е. Альтмана були розвинуті Г. Спрінгейтом, модель якого побудована на 19 фінансових показниках. Точність прогнозування банкрутства становить більше 90%, але основними недоліками моделі є те, що вона розрахована на економіку Канади й США, не враховує особливості економіки інших країн, у зв'язку з чим необхідно коригувати національну валюту, що порушує безперервність. Отже, результати будуть неточними [3].

Модель Ліса розроблена для Англії, налаштована на використання західними споживачами. Застосовує такі показники, як структура активів, джерела їх фінансування, рівні прибутковості діяльності та рентабельність активів. Перевагами моделі є збалансування показників, простота розрахунку, але вона не пристосована до українських підприємств [10].

Модель Таффлера і Тішоу наголошує на домінуванні таких показників, як операційний прибуток та короткострокові зобов'язання, а це робить її менш досконалою порівняно із Z-рахунком Альтмана. В результаті індекс може приводити до помилкових висновків [1].

Однією з найвідоміших є модель Сайфуллінa-Кадикова. Ця модель враховує специфіку вітчизняної економіки, є зручною для коригування відносно локалізації підприємства та часу розгляду, але не дає змоги оцінити причини потрапляння підприємства в зону неплатоспроможності; нормативний зміст коефіцієнтів, що використовуються для рейтингової оцінки, не враховують галузевих особливостей підприємств; залежність результатів оцінювання від досвіду й кваліфікації аналітика; незбалансованість значень вагових коефіцієнтів; прихильність до одного джерела інформації [5].

Проблему неможливості використання зарубіжних методик у практиці оцінювання фінансового стану українських підприємств намагався вирішити вітчизняний економіст О.О. Терещенко. Він розробив універсальну дискримінантну функцію, яка є найбільш оптимальною для діагностики ризику банкрутств українських підприємств, оскільки, на його думку, оптимальна дискримінантна функція повинна враховувати всі складові фінансового стану, зокрема ліквідність, прибутковість, оборотність, структуру майна, капіталу, але в моделі зроблено акцент на зменшення помилкового віднесення фінансово неспроможних підприємств до групи стійких, що знижує точність прогнозу загалом, а дані такого прогнозування не дають підстав для практичних висновків [8].

Нині однією з найоптимальніших для українських підприємств вважається багатофакторна дискримінантна модель Матвійчука, яка враховує серед вхідних факторів відсутність показника прибутковості, що стало наслідком реального стану підприємств в умовах економіки перехідного періоду. Однак ця модель не враховує стан розвитку галузі [4].

Є.В. Андрущак пропонує використовувати для діагностики банкрутства українських підприємств модель, засновану на порівнянні фактичних значень фінансових показників конкретного підприємства з їх нормативними значеннями. До недоліків цієї моделі слід віднести відносно складний математичний апарат, який застосовується для визна-

чення ймовірного рівня загрози банкрутства, що знижує спроможність до її використання в умовах діючого підприємства [2].

Нормативно-методичною базою оцінювання неплатоспроможності в Україні є Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» від 19 січня 2006 р. № 14 у редакції Наказу Міністерства економіки України від 26 жовтня 2010 р. № 1361 [6]. Методичні рекомендації побудовані на коефіцієнті У. Бівера, який враховує сучасну міжнародну практику та специфіку української економіки. Модель є зручною в застосуванні, в ній не передбачаються вагові коефіцієнти для індикаторів, а підсумковий показник фінансового стану не розраховується. Досліджуючи п'ятифакторну модель У. Бівера оцінки фінансового стану підприємства задля діагностики банкрутства, встановлюємо, що вона не відображає всі аспекти діяльності компанії, не є універсальною методикою для прогнозу ймовірності банкрутства. Основною її проблемою є те, що значення деяких показників свідчать про позитивний розвиток підприємства, а інших – про негативний [9].

Отже, дослідження показує, що не існує ідеальної моделі діагностики та прогнозування банкрутства підприємства. У зв'язку з цим аналітикам необхідно вибирати модель, яка найбільше пристосована до умов сучасної економіки, а також здійснювати комплексний аналіз діяльності підприємства, який дасть більший обсяг інформації.

Одним із основних заходів антикризового управління є застосування підприємством моделі прискореного економічного зростання, яка базується на збільшенні темпів приросту обсягів реалізації продукції в подальшому періоді. Модель фінансової підтримки швидкого економічного зростання вимагає забезпечення відповідних пропорцій фінансового розвитку. Співвідношення динаміки виробництва продукції та динаміки використаних ресурсів визначає характер економічного зростання. Коефіцієнт стійкості економічного зростання показує те, якими темпами в середньому збільшується економічний потенціал підприємства [11], а розраховується за формулою (1):

$$Кр = \frac{ЧП - Д}{(НП + Вк)x0,5}, \quad (1)$$

де Кр – коефіцієнт економічного зростання; *ЧП* – чистий прибуток; *Д* – виплати дивідендів; *НП* – нерозподілений прибуток (збиток); *Вк* – сума власного капіталу.

Співвідношення використання прибутку на споживання й накопичення здійснює вирішальний вплив на фінансовий стан підприємства. Якщо на підприємстві накопичених коштів недостатньо, зростає потреба в залучених коштах, знижується потенціал розвитку підприємства, який характеризується показником рентабельності власного капіталу, тому за допомогою виробничого важеля існує потенційна можливість впливати на формування прибутку від основної діяльності за рахунок зміни обсягу виробництва (реалізації) продукції та співвідношення постійних і змінних витрат у структурі собівартості. Рівень виробничого левериджу можна визначити за формулою (2) [7]:

$$ЛВ = \frac{\Delta Пр}{\Delta ОР}, \quad (2)$$

де ЛВ – виробничий леверидж; Δ*Пр* – приріст прибутку від реалізації продукції, %; Δ*ОР* – приріст обсягу реалізації продукції, %.

Для оцінювання ефективності використання позикового капіталу використовують показник фінансового важеля (формула 3) [7]:

$$ЕФВ = (ROA - Ц^{у}_{зк})x \frac{ЗК}{ВК}, \quad (3)$$

де ROA – економічна рентабельність сукупного капіталу після сплати податків (відношення суми чистого прибутку й процентів за кредит з урахуванням податкового коректора до середньорічної суми всього сукупного капіталу), %; $Ц^{у}_{зк}$ – уточнена середньозважена ціна позикових ресурсів з урахуванням податкової економії, %; ЗК – середня сума позикового (залученого) капіталу; ВК – середня сума власного капіталу.

Ефект фінансового важеля показує те, на скільки відсотків збільшується сума власного капіталу за рахунок залучення позикових засобів в обіг підприємства. Позитивний ЕФВ виникає в тому разі, якщо рентабельність сукупного капіталу вище від середньозваженої ціни позикових ресурсів.

Фінансовий леверидж дає змогу оптимізувати співвідношення власних та залучених ресурсів, а також визначити їх вплив на прибуток. Він збільшує прибутки й збитки, одержувані за допомогою кредитів. Фінансовий леверидж характеризує взаємозв'язок відношення темпу зміни чистого прибутку до темпу зміни прибутку до вирахування відсотків і податків, а розраховується за формулою (4) [7]:

$$ЛФ = \frac{\Delta Пч}{\Delta По}, \quad (4)$$

де ЛФ – фінансовий леверидж; ΔПч – приріст чистого прибутку; %; ΔПо – приріст прибутку до оподаткування, %.

Цей показник тісно пов'язаний з поняттям фінансового ризику, тобто неможливістю підприємством сплатити відсотки за довгострокові кредити. Зростання рівня фінансового левериджу характеризує зростання ризикованості діяльності підприємства. Показник фінансового левериджу сприяє ефективному плануванню оптимального обсягу виробництва, формуванню структури пасивів, дає можливість розрахувати суму вкладень з оцінюванням їх ризику. Темп економічного зростання діяльності підприємства повинен забезпечуватися зростанням рівня рентабельності продажу.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, результати дослідження показали, що значна кількість зарубіжних методик прогнозування банкрутства не може використовуватися вітчизняними підприємствами, оскільки не налаштована на особливості вітчизняної економіки. Такі моделі не надають достовірної інформації щодо фінансового стану вітчизняних підприємств. Результати сучасних вітчизняних методик також надають суперечливі висновки щодо фінансового стану підприємства та загрози банкрутства. Для отримання більш достовірної інформації необхідно здійснювати комплексний аналіз діяльності підприємства та використовувати декілька методик прогнозування банкрутства.

Кризовий стан діяльності підприємства потребує економічного зростання. Впровадження ефективної цінової, податкової політики приводить до зростання частки чистого прибутку, яку необхідно спрямувати на розвиток виробництва. Таке прискорення відбувається за рахунок оптимізації співвідношення необоротних та оборотних активів, а також прискорення обігу окремих елементів обігових активів (насамперед, запасів та дебіторській заборгованості). Прискорення оборотності активів знижує відносну потребу в них, сприяє зростанню грошового потоку, яке будується на застосуванні підприємством операційного та фінансового левериджу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналіз фінансового стану підприємства. Модель Таффлера і Тішоу. URL: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/bankrot_tafler (дата звернення: 19.12.2019).

2. Андрущак Є.В. Діагностика банкрутства українських підприємств. *Фінанси України*. 2004. № 9. С. 118–124.

3. Ліндер Є.М. Еволюція моделей оцінки ймовірності банкрутства. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки*. 2016. № 1. С. 125–129.

4. Матвійчук А.В. Моделювання фінансової стійкості підприємств із застосуванням теорій нечіткої логіки, нейронних мереж і дискримінатного аналізу. *Вісник НАН України*. 2010. № 9. С. 24–46.

5. Москаленко В.М. Характеристика методів та моделей діагностики кризового стану підприємства. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 22. Ч. ІІ. URL: kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1 (дата звернення: 18.12.2019).

6. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства : Наказ від 19 січня 2006 р. № 14. URL: https://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 18.12.2019).

7. Економіка: теорія і практика. Оцінка рівня та значення виробничого та фінансового левериджу. URL: www.ekonomikam.com/ecfins-1459-6 (дата звернення: 21.12.2019).

8. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2000. 412 с.

9. Фурик В.Г., Кулик І.М. Фінанси підприємств : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2010. 94 с. URL: http://posibnyky.vntu.edu.ua/fin/index.htm (дата звернення: 19.12.2019).

10. Шиян Д.В., Строченко Н.І. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : А.С.К., 2003. 240 с.

11. Ященко В.Г. Методи аналізу ймовірності настання банкрутства на підприємстві. 2015. URL: https://naub.oa.edu.ua (дата звернення: 19.12.2019).

REFERENCES:

1. Analiz finansovoho stanu pidpryiemstva. Model Tafflera i Tishou [Analysis of the financial condition of the enterprise. Model of Tuffler and Tishaw]. Available at: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/bankrot_tafler (accessed 19 December 2019).

2. Andrushchak Ye.V. (2004) Bankruptcy diagnostics of Ukrainian enterprises, *Finansy Ukrainy*, no 9, pp. 118–124.

3. Linder Ye.M. (2016) The Evolution of Bankruptcy Probability Models, *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.O. Sukhomlynskoho*, *Series: Economic Sciences,* no 1, pp. 125–129.

4. Matviichuk A.V. (2010) Modeling the financial sustainability of enterprises using fuzzy logic, neural networks and discriminatory analysis. *Visnik NAN Ukrainy*, no. 9, pp. 24–46.

5. Moskalenko V.M. (2012) Characteristics of methods and models of diagnostics of crisis state of enterprise. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, Issue 22, Part II. Available at: kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1 (accessed 18 December 2019).

6. Order On Approval of Methodological Recommendations for Identification of Signs of Insolvency of the Company and Signs of Actions for Bankruptcy, Fictitious Bankruptcy or Bankruptcy January 19, No 14 (2006). Available at: https://zakon.rada.gov.ua (accessed 18 December 2019).

7. Economics: Theory and Practice. Assessment of the level and value of production and financial leverage. Available at: www.ekonomikam.com/ecfins-1459-6 (accessed 21 December 2019).

8. Tereshchenko O.O. (2000) Finansova sanatsiia ta bankrutstvo pidpryiemstv [Financial rehabilitation and bankruptcy of enterprises]. K.: KNEU. (in Ukrainian)

9. Furyk V.H., Kulyk I.M. (2010) Finansy pidpryiemstv [Business Finance]: praktykum [workshop]. Vinnytsia: VNTU. Available at: http://posibnyky.vntu.edu.ua/fin/index.htm (accessed 19 December 2019).

10. Shyian D.V., Strochenko N.I. (2003) *Finansovyi analiz* [Financial Analysis] : *navch. posibn*. [educ. special]. K.: A.S.K. (in Ukrainian)

11. Yashchenko V.G. (2015) *Metody analizu ymovirnosti nastannia bankrutstva na pidpryiemstvi* [Methods of analyzing the probability of bankruptcy at the enterprise]. Available at: https://naub.oa.edu.ua (accessed: 21 December 2019).

Gnatenko Evgeniya
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Entrepreneurship,
Management and Administration
Mykolaiv Interregional Institute for Human Development
University of Ukraine, Higher Educational Institution

ANALYSIS OF MODERN METHODOLOGICAL PROVISIONS OF FINANCIAL STATUS DIAGNOSTICS AND MECHANISM OF ANTI-CROSS STABILIZATION OF ENTERPRISE

The purpose of the article. Diagnosis of the financial condition of the enterprise is a system of targeted financial analysis aimed at identifying the parameters of the crisis development of the enterprise, which is likely to go bankrupt in the future. A large number of bankruptcy diagnostics techniques that are different from the objects of the study, the stages of the analysis, the scope of the study, as well as the set of indicators by which the analysis is conducted.

In today's business environment, the activity of each enterprise is influenced by many factors that can negatively affect solvency and contribute to bankruptcy.

Scientists, researching this problem, have developed a significant number of methods and models of bankruptcy forecasting, but when used, their results have conflicting characteristics. The purpose of the study is to summarize the methodological aspects of diagnostics of financial condition, forecast bankruptcy of Ukrainian enterprises and determine a set of effective methods for economic growth of their activity.

Methodology. Research of models of diagnostics of the financial state of the enterprise and prediction of the probability of its bankruptcy, as well as the need to develop recommendations for improvement and stabilization of the activity of enterprises were carried out on the basis of general scientific methods used at the theoretical level of research: analysis, synthesis, induction and deduction, formalization, systematic approach.

Results. The most common models of bankruptcy diagnostics are investigated: the Altman model, the Beaver coefficient, the discriminant Forest model, the Tuffler discriminant model, the Konan and Golder solvency diagnostics model, the Springgate model, the Tereshchenko discriminative model, and model Saifulin. Their positive and negative features are presented. It is presented that the regulatory and methodological basis of insolvency assessment in Ukraine is an order of the Ministry of Economy of Ukraine "On approval of Methodological recommendations for identifying signs of insolvency of the enterprise and signs of actions for concealing bankruptcy, fictitious bankruptcy or bringing to bankruptcy".

Existing large number of foreign bankruptcy forecasting techniques cannot be used by domestic enterprises as they are not adjusted to the peculiarities of the domestic economy. The results of these models cannot provide reliable information about the financial condition of domestic enterprises. The results of modern domestic methods also provide contradictory conclusions about the financial state of the enterprise and the threat of bankruptcy. In order to obtain more reliable information, it is necessary to carry out a comprehensive analysis of the enterprise's activity and to use several methods of bankruptcy forecasting.

Economic growth is based on the use of financial and operating leverage. By implementing an effective pricing and taxation policy, there is an increase in the share of net income that needs to be directed to the development of production. This acceleration is due to the optimization of the ratio of current and current assets, as well as the acceleration of the turnover of individual elements of current assets (primarily inventories and receivables). The acceleration of assets turnover reduces the relative need for them, contributes to the growth of cash flow, and therefore the profitability of the enterprise.

Practical implications. The study shows that there is no perfect model for diagnosing and predicting bankruptcy. In this regard, analysts need to choose the model that is most adapted to the modern economy, as well as to conduct a comprehensive analysis of the activity of the enterprise, which will provide more information. This will allow the enterprise managers to make effective management decisions regarding accelerated economic growth and improvement of the financial condition of the enterprise.

Value/originality. The paper analyzes the model of diagnostics of the crisis state of the enterprise. The ways of accelerated economic growth of the enterprise activity are also suggested. The problematic issues outline the prospects for further research to improve the analysis of the financial condition of the enterprise.

ОСНОВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

THE MAIN DETERMINANTS OF ESTIMATION THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

УДК 330.322:336
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-23

Гребенікова О.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»
Демкович К.А.
магістр
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

У статті проведено аналіз інвестиційної привабливості харчової галузі України на основі індексів промислового виробництва, обсягів капітальних і прямих іноземних інвестицій. Досліджено динаміку експорту харчової продукції та основних показників економічної діяльності підприємств харчової промисловості України за 2013–2018 роки. Визначено тенденції розвитку кондитерської галузі. Проаналізовано наявні методи оцінювання інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання, визначено можливість їх застосування для підприємств харчової галузі. Досліджено дохідний та ринковий підходи до оцінювання інвестиційної привабливості. Визначено детермінанти оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств. Розглянуто показники інноваційної активності підприємств харчової промисловості України. Інноваційний потенціал визначено як основний фактор підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств.

Ключові слова: *інвестиційна привабливість, оцінювання, харчова промисловість, кондитерська галузь, інвестиції, інноваційний потенціал.*

В статье проведен анализ инвестиционной привлекательности пищевой отрасли Украины на основе индексов промышленного производства, объемов капитальных и прямых иностранных инвестиций. Исследована динамика экспорта пищевой продукции и основных показателей экономической деятельности предприятий пищевой промышленности Украины за 2013–2018 годы. Определены тенденции развития кондитерской отрасли. Проанализированы существующие методы оценивания инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования, определена возможность их применения для предприятий пищевой отрасли. Исследованы доходный и рыночный подходы к оцениванию инвестиционной привлекательности. Определены детерминанты оценивания инвестиционной привлекательности промышленных предприятий. Рассмотрены показатели инновационной активности предприятий пищевой промышленности Украины. Инновационный потенциал определен как основной фактор повышения инвестиционной привлекательности промышленных предприятий.

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, оценивание, пищевая промышленность, кондитерская отрасль, инвестиции, инновационный потенциал.*

The article analyzes the investment attractiveness of the food industry of Ukraine based on indices of industrial production, volumes of capital and foreign direct investments. The dynamics of export of food products and the main indicators of economic activity of the enterprises of the food industry of Ukraine for the 2013–2018 have investigated. The trends of the confectionery industry development are determined. Existing methods for evaluating the investment attractiveness of business entities have analyzed and the feasibility of applying them to food businesses. Profitability and market approaches to valuation of investment attractiveness have investigated. Determinants of estimation of investment attractiveness of industrial enterprises are determined. Indicators of innovative activity of food industry enterprises of Ukraine are considered. Innovation potential has identified as a major factor in increasing the investment attractiveness of industrial enterprises. The main direction of increasing the investment attractiveness of domestic food companies is the effective use of their existing innovative potential. Nevertheless, all of the calculation methods analyzed have based mainly on the financial performance of the entities. Therefore, we consider it advisable to take into account the existing innovation potential when assessing investment attractiveness. It has revealed that the dynamics of innovation activity of food industry enterprises indicates that there is a negative tendency to decrease the number of innovatively active enterprises and reduce the funding of scientific research. Ineffective utilization of the existing innovation potential of the food industry enterprises may underlie their competitiveness. The enterprise policy should be aimed at increasing the efficiency of utilization of innovative capabilities of industrial enterprises. Innovative development in the food industry should be aimed at the constant development of new types of products, new ways of production of these products, it's updating with improvement of quality, consumer usefulness that meets the needs of modern consumers.

Key words: *investment attractiveness, valuation, food industry, confectionery industry, investment, innovation potential.*

Постановка проблеми. Важливу роль в розвитку національної економіки відіграють інвестиції. Залучення коштів вітчизняних та іноземних інвесторів сприяє активізації інвестиційного процесу, впровадженню новітніх технологій, використанню передового зарубіжного досвіду, розвитку малого й середнього бізнесу, зростанню інвестиційного потенціалу територій тощо.

Інвестиційна вразливість в Україні досить велика, інвестиції, як правило, вкладаються туди, де безпечно. Для всіх інвесторів критично важливими є стабільність економіки країни й захист прав власності, а потім уже податкові пільги, ліберальне валютне регулювання тощо. Незважаючи на те, що вкладання інвестицій в підприємства України є ризиковим рішенням, багато підприємств харчової галузі отримують інвестиції [1].

У період турбулентності економіки України інвестиції найчастіше використовуються для розвитку базових (ракетно-космічна, літакобудівна, суднобудівна, інформаційна, біотехнологічна) та інших галузей (харчова, переробна, торгівля, легка промисловість тощо).

Харчова промисловість є однією з найбільш привабливих галузей, яка залучає інвестиції у вітчизняну економіку. Вона завжди вважалася для України пріоритетною й стратегічно важливою галуззю, що здатна не тільки задовольнити потреби внутрішнього ринку, але й забезпечити провідне місце держави серед лідерів з вироб-

ництва якісного продовольства. Природні умови України дають можливість збільшувати обсяги виробництва та забезпечувати населення якісною харчовою продукцією, тому основним завданням цієї галузі є експорт. Крім того, потенціал вітчизняного сільського господарства, що забезпечує харчову промисловість сировиною, дає змогу вивести Україну на достатній рівень продовольчого самозабезпечення та налагодити експорт, утримуючи лідируючі позиції в міжнародній торгівлі продовольством.

З огляду на необхідність підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств харчової промисловості актуальним стає питання адекватного оцінювання їх інвестиційної привабливості та визначення інвестиційних можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошуком шляхів ефективного розвитку харчової промисловості, усунення негативних тенденцій її функціонування займаються вітчизняні та іноземні вчені. Зокрема, питання дослідження умов успішного функціонування харчової промисловості України та її інноваційно-інвестиційного розвитку розкрито в роботах П.М. Купчак, А.М. Прощаликіної, А.С. Гальчинського, О.Ю. Мірошниченка, І.В. Олександренка, О.М. Ястремської, О.Г. Малютіна, Т.В. Майорової. Незважаючи на те, що оцінювання інвестиційної привабливості у харчовій галузі, зокрема кондитерській, має певні результати дослідження, деякі питання ще не вирішено.

Постановка завдання. Метою статті є визначення основних детермінантів оцінювання інвестиційної привабливості підприємств харчової галузі. Аналіз основних показників розвитку харчової промисловості спрямовано на визначення її інвестиційної привабливості. Задля коректного оцінювання інвестиційної привабливості підприємств важливо здійснити аналіз наявних методів її визначення й виявлення резервів підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Харчова промисловість є однією з найважливіших галузей вітчизняної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку держави, формування експортного потенціалу й здатна сприяти економічному зростанню України.

До харчової промисловості належать понад 40 галузей та виробництв, а промислове виробництво харчових продуктів здійснюють понад 5 000 підприємств, які виробляють широкий асортимент продуктів харчування. Щорічно прямі іноземні інвестиції в харчову промисловість становлять близько $3 млрд., а це більше 25% від загальних прямих іноземних інвестицій у промисловість країни [2].

Останніми роками харчова промисловість посідає перше місце за обсягами реалізованої промислової продукції серед усіх галузей промисловості й має позитивну динаміку питомої ваги, але в динаміці індексів промислового виробництва харчових продуктів по відношенню до попереднього року вона має негативну тенденцію (рис. 1).

Про інвестиційну привабливість харчової галузі для вітчизняних та іноземних інвесторів свідчить зростання обсягів інвестицій за останні роки (табл. 1).

Аналіз основних показників економічної діяльності підприємств харчової промисловості (табл. 2) демонструє, що після спаду у 2014–2015 роках нині спостерігається позитивна динаміка розвитку галузі. Порівняно з іншими видами виробництва харчова промисловість має найвищий обсяг реалізації.

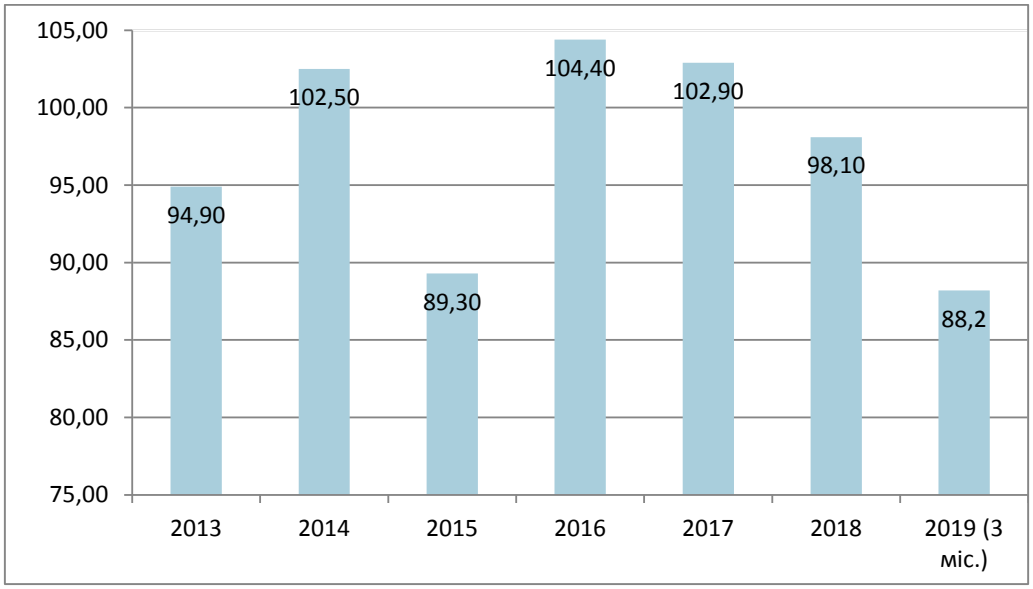


Рис. 1. Динаміка індексів промислового виробництва харчових продуктів в Україні у 2013–2019 роках

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Таблиця 1

Динаміка інвестицій у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів в Україні за 2013–2018 роки

Показник	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Капітальні інвестиції у промисловість, млн. грн.	101 858	82 744	84 168	108 635	136 490	179 718
Капітальні інвестиції у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, млн. грн.	15 275	13 487	13 548	21 291	18 927	23 088,9
Прямі іноземні інвестиції у промисловість, млн. дол. США	18 031,1	17 681,4	12 419,4	9 893,6	9 667,6	10 543,7
зокрема, прямі іноземні інвестиції у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, млн. дол. США	3 040,6	3 228,0	2 706,4	2 419,0	2 530,5	2 758,4

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Таблиця 2

Динаміка основних показників економічної діяльності підприємств харчової промисловості України за 2013–2018 роки

Показник	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість підприємств, тис. од.	6 407	5 528	5 502	5 104	5 498	5 532
Обсяг реалізованої промислової продукції, млн. грн.	253 439,0	302 391,9	398 023,2	462 418,9	548 377,9	1 636 893,0
Підприємства, які одержали прибуток, %	62,9	62,4	72,3	71,1,6	69,6	63,0
Підприємства, які одержали збиток, %	37,1	37,6	27,7	28,9	30,4	27,0
Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	9 447,9	-14 723,6	-14 600,5	-5 965,2	11 952,8	19 322,3
Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг), млн. грн.	213 622,3	235 141,2	308 704,2	364 161,5	441 101,2	562 377,4
Кількість зайнятих працівників, тис. ос.	404,1	350,8	321	313,7	323,6	325,3
Середньомісячна номінальна заробітна плата одного штатного працівника, грн.	3 110	3 380	4 184	6 069	7 960	8 756
Рівень рентабельності (збитковості) діяльності, %	2,3	-4,5	-3,3	-3,6	5,1	3,3

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Однією зі складових харчової галузі є кондитерська галузь, де працює понад 170 тисяч фахівців, отже, вона є однією з найрозвиненіших у харчовій промисловості країни. Загальний обсяг виробництва становить понад 1 млн. продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, але й експортувати її у значних обсягах за кордон.

За 2011–2017 роки виробництво продукції, яка пов'язана з кондитерською галуззю, зменшилось. У табл. 3 представлено обсяг виробництва основних видів продукції кондитерської галузі України.

Підприємства галузі є активними споживачами вітчизняної сільськогосподарської сировини, зокрема цукру, борошна, крохмалопатоки, молока, що є основою експорту переробленої продукції агропромислового комплексу країни. Українські кондитери й виробники крохмалопродукту забезпечують значний обсяг валютних надходжень, експортуючи продукцію у більш ніж 50 країн світу. Динаміку експорту кондитерської продукції представлено на рис. 2.

Асортимент галузі охоплює практично всі групи кондитерських виробів. Зокрема, експорт карамелі, шоколаду та інших харчових продуктів з вмістом какао, хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів з вмістом або без вмісту какао за останні чотири роки зріс з 814,5 млн. дол. до 1,1 млрд. дол. у минулому році, тобто майже на 36%, і становить близько 40% від загального обсягу виробленої продукції. Потенційно можливим є експорт продукції галузі на суму до 2 млрд. дол., що дасть змогу знизити девальваційний тиск на національну валюту, істотно збільшити податкові надходження до бюджету, підвищити зайнятість робітників на 2–4% [5].

Наведені дані свідчать про значну інвестиційну привабливість харчової галузі, але під час вибору конкретного об'єкт інвестування менеджери стикаються з адекватним оцінюванням інвестиційної привабливості підприємств.

Інвестиційна привабливість підприємства – це системна сукупність потенційних можливостей укладання коштів задля отримання економічних вигід у майбутньому як наслідок результатів минулої господарської діяльності потенційного об'єкта інвестування, суб'єктивно оцінювана інвестором [6, с. 57].

Таблиця 3

Динаміка обсягів виробництва основних видів продукції кондитерської галузі України за 2011–2017 роки

Найменування продукції	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Борошно пшеничне чи пшенично-житнє, млн. т	2,4	2,4	2,4	2,2	2,1	2,0	2,0
Хліб та вироби хлібобулочні нетривалого зберігання, млн. т	1,8	1,7	1,6	1,4	1,2	1,2	1,1
Печиво солодке (включаючи сендвіч-печиво, крім частково чи повністю покритого шоколадом або іншими сумішами, що містять какао), тис. т	229	241	237	184	167	163	177
Вафлі та вафельні облатки (включаючи солоні, крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао), тис. т	65,4	72,4	74,6	54,3	47,9	49,5	51,0
Вироби макаронні неварені (крім виробів із вмістом яєць, з начинкою або приготовлених іншим способом), тис. т	116	105	100	101	86,8	95,9	88,2
Цукор білий кристалічний буряковий, млн. т	2,3	2,1	1,3	2,1	1,5	2,0	2,0
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках (крім шоколаду з начинкою, з додаванням зерен зернових культур, фруктів чи горіхів та шоколадного печива), тис. т	19,1	22,0	27,5	21,8	16,5	16,5	18,6
Цукерки шоколадні (крім цукерок із вмістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках), тис. т	147	143	130	86,4	59,5	52,3	53,3
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників з вмістом какао (включаючи шоколадну нугу, крім білого шоколаду), тис. т	123	117	105	83,5	77,2	70,3	70,3
Гумки, фруктові желе та фруктові пасти у вигляді кондитерських виробів з цукру (крім жувальної гумки), тис. т	46,6	50,7	43,8	39,1	39,0	39,7	41,0
Цукерки варені, тис. т	36,7	35,8	34,3	26,6	27,3	29,3	23,0
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні, тис. т	87,8	85,1	74,4	70,5	83,7	75,6	78,2

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

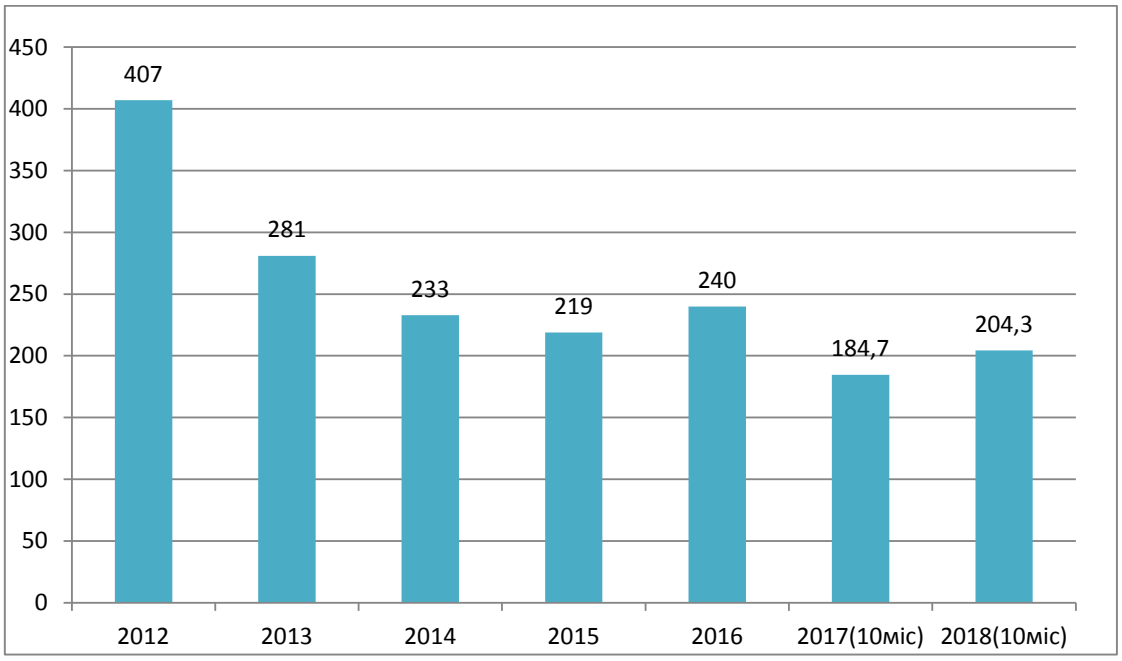


Рис. 2. Динаміка експорту кондитерської продукції (тис. т)

Джерело: [4]

Визначення інвестиційної привабливості спрямовано на формування об'єктивної цілеспрямованої інформації для ухвалення інвестиційного рішення, тому під час її оцінювання потрібна статистична та експертна інформація, на основі якої формуються одиничні або комплексні критерії оцінювання.

Аналізуючи інвестиційну привабливість того чи іншого об'єкта вкладення коштів, інвестор визначає не тільки стабільність і прибутковість цього об'єкта, але й усі можливі ризики, пов'язані з ним.

В економічній літературі існує значна кількість методів оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств, деякі з яких враховують їх галузеву приналежність. При цьому виділяють дохідний та ринковий підходи до розрахунку інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.

І.В. Гвоздецькою [7] розроблено матричний метод, який передбачає поєднання впливів фінансово-економічних факторів та маркетингових показників діяльності підприємства на інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання. Запропонований метод забезпечує досить об'єктивне бачення фінансової ситуації та потенційні можливості підприємства, в яке передбачається вкладення інвестицій.

С.А. Панков [8] під час оцінювання інвестиційної привабливості пропонує використовувати аналітичний метод, що ґрунтується на відповідності динамічних змін основних показників діяльності підприємств стратегічним пріоритетам його розвитку.

У своїй роботі М.В. Стирський [9] розглядає інвестиційну привабливість підприємств з точки зору учасника ринку цінних паперів. Пропонована ним методика оцінювання інвестиційної привабливості, а саме так званий трикутник прибутковості, базується на оцінюванні динаміки індексних та інших показників активності фондового ринку.

Основним недоліком дохідного підходу до визначення інвестиційної привабливості є складність прогнозування майбутнього доходу від інвестиційної операції через динамічну зміну зовнішнього середовища в Україні, непрозорість інформації, складність отримання реальної статистичної звітності, трудомісткість процесу. Проте це є єдиним підходом, який дає змогу спрогнозувати майбутні вигоди від інвестування.

Щодо ринкового підходу, то до нього звертається найбільша кількість інвесторів, оцінюючи інвестиційну привабливість.

На основі ринкового підходу побудували рейтингову оцінку І.Д. Скляр, Ю.М. Шкодкіна [10]. Автори пропонують як основний критерій інвестиційної привабливості використовувати фінансові показники.

С.В. Іванов [11] визначає інвестиційну привабливість через систему інвестиційно значущих показників. Визначені фактори стали основою для розрахунку інтегральних показників методом багатомірної середньої. Інтегральні рівні видів економічної діяльності, визначені у вигляді коефіцієнтів, співвіднесених із середнім рівнем у державі, прийнятим за 100% або за 1. Згідно з отриманим значенням показників види діяльності були розподілені за шкалою ризику (зони мінімального, підвищеного, критичного й недопустимого ризику).

Такі українські вчені, як А.А. Садєков, Н.А. Лисова, у своїй монографії [12] пропонують оцінювати інвестиційну привабливість як інтегральну чи комплексну величину суворо визначеного набору формалізованих показників, стандартизованих за єдиним принципом для коректного зіставлення.

А.П. Гайдуцький [13] використовує метод порівнянь, який має охоплювати такі основні складові інвестиційного процесу, як порівняння об'єктів інвестування, порівняння суб'єктів інвестування (інвесторами) та порівняння умов інвестування (чинників інвестиційної привабливості).

Цей підхід простий у застосуванні та інтерпретації, отримані дані спираються на фінансову та статистичну звітність, коригуються з огляду на відмінність порівнюваних об'єктів. Недоліками цього підходу є складність збирання інформації про ціни на аналогічні об'єкти та встановлення відмінностей між порівнюваними об'єктами.

У дослідженні О.В. Гребенікової, О.В. Кондратьєвої [14] запропоновано методичний підхід до оцінювання інвестиційної привабливості підприємств харчової галузі. Автори пропонують визначати комплексний показник інвестиційної привабливості на основі математично обґрунтованої системи часткових показників, що характеризують фінансовий аспект діяльності підприємства, та якісних показників інвестиційної привабливості.

Основним напрямом підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств харчової галузі є ефективне використання їх наявного інноваційного потенціалу, але всі проаналізовані методики у розрахунках базуються переважно на фінансових результатах діяльності суб'єктів господарювання, тому вважаємо доцільним під час оцінювання інвестиційної привабливості враховувати наявний інноваційний потенціал.

У харчовій промисловості частка інноваційно активних підприємств є вищою, ніж в інших галузях, а саме близько 25%. Проте домінантним видом інноваційної діяльності залишається придбання машин, обладнання, установок, а не дослідження, розроблення чи впровадження нових технологічних та новітніх методів виробництва.

В табл. 4, 5 наведено основні характеристики інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості.

Результати аналізу свідчать про те, що останнім часом лише 18% підприємств харчової галузі здійснюють інноваційну діяльність, лише 1,3% займається науково-дослідною діяльність. Дина-

Таблиця 4

Кількість промислових підприємств харчової промисловості за напрямами проведених інновацій у 2013–2018 роках, од.

Рік	Усього	Зокрема, підприємства, що займалися інноваційною діяльністю	З них підприємства, що витрачали кошти на:				
			внутрішні НДР	зовнішні НДР	придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	придбання наявних знань від інших підприємств або організацій	Інше
2013	2 158	398	17	12	231	95	43
2014	1 990	334	15	8	203	96	12
2015	984	178	13	7	92	6	45
2016	901	170	19	11	128	14	93
2017	938	167	12	3	109	6	37
2018	967	191	34	6	76	5	37

Джерело: систематизовано авторами на основі [3; 15; 16]

Таблиця 5

Загальний обсяг витрат за напрямами інноваційної діяльності у харчовій промисловості України у 2013–2018 роках, тис. грн.

Рік	Усього	Зокрема, на:				
		внутрішні НДР	зовнішні НДР	придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	інші зовнішні знання	Інше
2013	1 700 695,3	82 438,3	16 243,8	1 498 296,9	2 075,1	101 641,2
2014	2 173 609,8	157 419,1	3 555,7	1 872 952,2	740,4	138 942,4
2015	1 540 271,7	82 820,6	3 500,0	1 328 440,5	1 171,6	124 339,0
2016	2 186 483,3	10 973,6	1 214,2	1 977 792,9	1 801,1	194 701,5
2017	1 401 995,5	56 25,6	2 816,2	1 112 913,8	862,0	279 777,9
2018	1 336 861,7	441 62,7	1 095,7	1 089 237,7	1 257,5	201 108,1

Джерело: систематизовано авторами на основі [3; 15; 16]

міка інноваційної активності підприємств харчової промисловості свідчить про те, що спостерігається негативна тенденція зі зниження кількості інноваційно активних підприємств та скорочення фінансування наукових досліджень. Неефективне використання наявного інноваційного потенціалу підприємств харчової промисловості може стати основою зниження їх конкурентоспроможності. Політика підприємства має бути спрямована на підвищення ефективності використання інноваційних можливостей промислових підприємств.

Інноваційний розвиток у харчовій промисловості має бути спрямований на постійне розроблення нових видів продукції, нових способів виробництва цієї продукції, її оновлення з підвищенням якості, споживчої корисності, що відповідає потребам сучасних споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, інвестиції є детермінантою формування темпів економічного зростання й добробуту населення країни. Визначення інвестиційної привабливості спрямовано на формування об'єктивної цілеспрямованої інформації для ухвалення інвестиційного рішення. Проаналізовані методи оцінювання інвестиційної привабливості дають змогу потенційним інвесторам прийняти рішення, але з'ясовано, що всі розглянуті методи не враховують інноваційний потенціал, який є основним чинником підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств і забезпечення їх конкурентоспроможності.

Напрями інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості України мають визначатися з урахуванням світових тенденцій розвитку галузі, внутрішнього та зовнішнього попиту на окремі види інноваційної продукції. Для досягнення вищесказаного потрібні державна підтримка інвестицій в наукові дослідження, вдосконалення нормативної бази, податкове стимулювання інноваційної діяльності, збільшення частки експорту продовольчих товарів у закордонні країни, створення сприятливих умов для притягнення іноземного капіталу, кредитування модернізації наявних та будівництва нових підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білан О.В. Інвестиції йдуть туди, де безпечно. URL: https://nv.ua/ukr/opinion/investitsiji-jdut-tudi-de-bezpechno-2463791.html (дата звернення: 01.12.2019).
2. Харчова промисловість України забезпечує внутрішній ринок на 90%. *Асоціація виробників молока*. URL: http://milkua.info/uk/post/harcova-promislovist-ukraini-zabezpecue-vnutrisnij-rinok–na-90 (дата звернення: 01.12.2019).
3. Статистична інформація 2019 / Головне управління статистики України. URL: http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html (дата звернення: 15.11.2019).
4. Статистика. Асоціація Укркондпром. URL: http://ukrkondprom.com.ua/statistika (дата звернення: 02.11.2019).
5. Єпіфанов А.О. та ін. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання : монографія. Суми : УАБС НБУ, 2007. 286 с.
6. Нападовська І.В. Теоретичні та методичні аспекти дослідження інвестиційної привабливості України. *Вісник ДонДует*. 2005. № 4(28). С. 55–61.
7. Гвоздецька І.В. Комплексне оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудування) : автореф. дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Хмельницький, 2009. 21 с.
8. Панков С.А. Аналитические подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятий. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 2. С. 65–68.
9. Стирський М.В. Методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості ринку акцій. *Фінанси України*. 2002. № 2. С. 131–137.
10. Скляр І.Д., Шкодкіна Ю.М. Рейтингова оцінка фінансового стану як складова оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 2. С. 249–253.
11. Іванов С.В. Інвестиційна привабливість регіонів та видів економічної діяльності регіональної економіки : дис. … канд. екон. наук : спец. 08.10.01. Дніпропетровськ, 2005. 165 с.
12. Садеков А.А., Лисова Н.А. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки) : монография. Донецк : ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2001. 270 с.
13. Гайдуцький А.П. Мотиваційні чинники міжнародних інвестиційних процесів. *Фінанси України*. 2004. № 12. С. 50–57.
14. Гребенікова О.В., Кондратьєва О.В. Комплексна діагностика інвестиційної привабливості підприємств харчової промисловості. *Інфраструктура ринку.* 2018. Вип. 26. С. 103–108. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/26_2018_ukr/17.pdf (дата звернення: 12.11.2019).
15. Наукова та інноваційна діяльність України 2017 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2018. 180 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf (дата звернення: 12.11.2019).
16. Наукова та інноваційна діяльність України 2018 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2019. 108 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf (дата звернення: 12.11.2019).

REFERENCES:

1. Bilan O. V. Investytsii ydut tudy, de bezpechno [Investments go where it's safe]. Available at: https://nv.ua/ukr/opinion/investitsiji-jdut-tudi-de-bezpechno-2463791.html (accessed 1 December 2019).
2. Kharchova promyslovistj Ukrajiny zabezpechuje vnutrishnij rynok na 90% [The Ukrainian food industry provides the domestic market by 90%]. *Sait asotsiatsii vyrobnykiv moloka* [The site of the milk producers association]. Available at: http://milkua.info/uk/post/harcova-promislovist-ukraini-zabezpecue-vnutrisnij-rinok-na-90 (accessed 1 December 2019).
3. Statystychna informacija 2019 [Statistics information]. *Holovne upravlinnia statystyky Ukrainy* [Main Department of Statistics of Ukraine]. Available at: http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html (accessed 15 November 2019).
4. Statystyka [Statistics]. *Asotsiatsiia Ukrkondprom* [Association of producers of confectionery, food-concentrate and starch industries of Ukraine. Ukrcondprom Association]. Available at: http://ukrkondprom.com.ua/statistika (accessed 02 November 2019).
5. Yepifanov A.O. (2007) *Otsinka kredytospromozhnosti ta investytsiinoi pryvablyvosti subiektiv hospodariuvannia* [Assessment of creditworthiness and investment attractiveness of business entities]. Sumy: UABS NBU. (in Ukrainian)
6. Napadovska I.V. (2005) Teoretychni ta metodychni aspekty doslidzhennia investytsiinoi pryvablyvosti Ukrainy [Theoretical and methodological aspects of the study of investment attractiveness of Ukraine]. *Visnyk DonDuet* [The DonDouet Newsletter], vol. 28, no. 4, pp. 55–61.
7. Hvozdetska I.V. (2009) *Kompleksne otsiniuvannia investytsiinoi pryvablyvosti promyslovykh pidpryiemstv (na prykladi pidpryiemstv mashynobuduvannia)* [Comprehensive assessment of the investment attractiveness of industrial enterprises (for example, mechanical engineering enterprises)]: (PhD Thesis). Khmelnytskyi.
8. Pankov S.A. (2010) Analytycheskye podkhodы k otseky ynvestytsyonnoi pryvlekatelnosty predpryiatyi [Analytical approaches to estimation of investment attractiveness of enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnitsky National University], no. 2, pp. 65–68.
9. Styrskyi M.V. (2002) Metodychni aspekty otsinky investytsiinoi pryvablyvosti rynku aktsii [Methodical aspects of estimation of investment attractiveness of the stock market]. *Finansy Ukrainy* [Finance of Ukraine], no. 2, pp. 131–137.
10. Skliar I.D., Shkodkina I.D. (2009) Reitynhova otsinka finansovoho stanu yak skladova otsinky investytsiinoi pryvablyvosti pidpryiemstva [Rating of financial condition as a component of estimation of investment attractiveness of the enterprise]. *Mekhanizm rehuliuvannia ekonomiky* [The mechanism of the economy regulation], no. 2, pp. 249–253.
11. Ivanov S.V. (2005) *Investytsiina pryvablyvist rehioniv ta vydiv ekonomichnoi diialnosti rehionalnoi ekonomiky* [Investment attractiveness of regions and types of economic activity of regional economy]: (PhD Thesis). Dnipropetrovsk.
12. Sadekov A.A., Lysova N.A. (2001) *Ynvestytsyonnaia pryvlekatelnost predpryiatyia (metodolohyia*

y metodyka otsenky) [Investment attractiveness of the enterprise (methodology and methodology of valuation)] Donetsk: DonHUET Tuhan-Baranovskoho. (in Russian)

13. Haidutskyi A.P. (2004) Motyvatsiini chynnyky mizhnarodnykh investytsiinykh protsesiv [Motivators of the International Investment Processes]. *Finansy Ukrainy* [Finance of Ukraine], no. 12, pp. 50–57.

14. Hrebenikova O.V., Kondratieva O.V. (2018) Kompleksna diahnostyka investytsiinoi pryvablyvosti pidpryiemstv kharchovoi promyslovosti [Complex diagnostics of investment attractiveness of food industry enterprises]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure] (electronic journal), vol. 26, pp. 103–108. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/26_2018_ukr/17.pdf (accessed 12 November 2019).

15. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny (2018) Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy [Scientific and innovative activity of Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf (accessed 12 November 2019).

16. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny (2019) Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy [Scientific and innovative activity of Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf (accessed 12 November 2019).

Hrebenikova Olena
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance
National Aerospace University H.E. Zhukovsky
«Kharkiv Aviation Institute»
Demkovych Karyna
Master
National Aerospace University H.E. Zhukovsky
«Kharkiv Aviation Institute»

THE MAIN DETERMINANTS OF ESTIMATION THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

The purpose of the article. Given the need to improve the efficiency of financial and economic activity of food industry, the question of adequately assessing their investment attractiveness and identifying investment opportunities becomes urgent.

The purpose of this article is to evaluate the investment attractiveness of the food industry, to analyze the methods of evaluating the investment attractiveness of enterprises and to identify the reserves of its increase.

Methodology. The method of generalization of data and comparative comparison (to study the main tendencies of development of investment processes in food industry of Ukraine, analysis of methods of estimation of investment attractiveness of industrial enterprises), systematic and complex approaches (for determination of components of estimation of innovative potential) were used to solve the set tasks.

Results. The food industry is one of the most important branches of the national economy, which provides food security of the state, formation of export potential and is able to promote the economic growth of Ukraine.

In recent years, the food industry has been ranked first in terms of industrial output by all industries and has a positive share dynamics. However, in the dynamics of indices of industrial production of food in comparison with the previous year has a negative tendency.

The investment attractiveness of the food industry for domestic and foreign investors has evidenced by the increase in investment volume in recent years.

The analysis of the main indicators of economic activity of the food industry enterprises shows that after the recession in 2014–2015, there is currently a positive dynamics of the industry development. Compared to other types of production, the food industry has the highest sales volume.

The enterprises of the branch are active consumers of domestic agricultural raw materials – sugar, flour, starch, milk, etc. and the basis of export of processed products of the agro-industrial complex of the country. Ukrainian confectioners and manufacturers of starch products provide a significant amount of foreign exchange earnings by exporting products to more than 50 countries.

The product range covers almost all confectionery groups. In particular, exports of caramel, chocolate and other cocoa, bakery and flour confectionery products, with or without cocoa content, increased from $814.5 million over the last four years up to $1.1 billion last year, by almost 36%, representing about 40% of the total output. It is potentially possible to export industry products worth up to $2 billion, which will reduce the devaluation pressure on the national currency, substantially increase tax revenues to the budget, and increase the employment of workers by 2–4%.

The above data indicate the significant investment attractiveness of the food industry. Nevertheless, when choosing a particular investment object, managers have faced with an adequate assessment of the investment attractiveness of enterprises.

In the economic literature, there are many methods of assessing the investment attractiveness of industrial enterprises, some of them taking into account their sectoral affiliation. In doing so, they distinguish between income and market approaches to calculating the investment attractiveness of business entities.

The main direction of increasing the investment attractiveness of domestic food companies is the effective use of their existing innovative potential. But all the calculation methods were analyzed mainly based on the financial performance of the entities. Therefore, we consider it advisable to take into account the existing innovation potential when assessing investment attractiveness.

In the food industry, the share of innovative enterprises is higher than in other industries – about 25%. However, the dominant type of innovation will be the acquisition of machinery, equipment, installations, rather than research, development or implementation of new technological and advanced production methods.

The dynamics of innovation activity of food industry enterprises indicates that there is a negative tendency to decrease the number of innovatively active enterprises and reduce the funding of scientific research. Ineffective utilization of the existing innovation potential of the food industry enterprises may underlie their competitiveness. The enterprise policy should be aimed at increasing the efficiency of utilization of innovative capabilities of industrial enterprises.

Innovative development in the food industry should be aimed at the constant development of new types of products, new ways of production of these products, it's updating with improvement of quality, consumer usefulness that meets the needs of modern consumers.

Practical implications. For investors to make sound investment decisions when evaluating the investment attractiveness of food companies, it is necessary to take into account the determinants of increasing the competitiveness and profitability of the investment object.

Value/originality. The analysis showed that main methods of investment attractiveness estimation are mainly based on the financial results of the business entities. Therefore, we consider it advisable to take into account the existing innovation potential when assessing the investment attractiveness, which is the main factor for increasing the investment attractiveness of industrial enterprises and ensuring their competitiveness.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROVISION OF ECONOMIC SECURITY OF COMMUNICATION ENTERPRISES

УДК 338.342:631.16
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-24

Гудзь О.Є.
д.е.н., професор
Державний університет телекомунікацій
Шмалій Л.В.
аспірантка кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

У статті узагальнено, розвинуто наукові та методичні підходи до оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, уточнено етапи й особливості такого оцінювання, обґрунтовано критерії та систему індикаторів оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку на матричній основі з урахуванням реалій економічного простору в умовах широкого використання сучасних цифрових технологій, зокрема запропоновано використовувати такі індикатори, як інформаційно-комунікаційна гнучкість, мобільність та компетентність, що дасть змогу виявити його зовнішні та внутрішні особливості й можливості вдосконалення формування й використання, визначити його характеристики, що дасть змогу підвищити ефективність інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку. Сформована система індикаторів стане основою інтегрального кількісного оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

Ключові слова: *інформаційно-комунікаційне забезпечення, економічна безпека підприємств, оцінка ефективності.*

В статье обобщены, развиты научные и методические подходы к оцениванию эффективности информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятий связи, уточнены этапы и особенности такого оценивания, обоснованы критерии и система индикаторов оценивания эффективности информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятий связи на матричной основе с учетом реалий экономического пространства в условиях широкого использования современных цифровых технологий, в частности предложено использовать такие индикаторы, как информационно-коммуникационная гибкость, мобильность и компетентность, что позволит выявить его внешние и внутренние особенности и возможности совершенствования формирования и использования, определить его характеристики, что позволит повысить эффективность информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятий связи. Сформированная система индикаторов станет основой интегрального количественного оценивания эффективности информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятий связи.

Ключевые слова: *информационно-коммуникационное обеспечение, экономическая безопасность предприятий, оценка эффективности.*

The article generalizes and develops scientific and methodological approaches to the evaluation of the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises, specifies the stages and features of such assessment, substantiates the criteria and system of indicators for evaluating the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises on a matrix basis space in the context of widespread use of modern digital technologies, in particular it is suggested to use such indies ATOR as information and communication flexibility, mobility and competence that will enable it to detect external and internal features and possibilities for improving the formation and use, to determine its characteristics will improve the effectiveness of information and communication economic security business communications. The established system of indicators will become the basis for an integrated quantitative assessment of the effectiveness of information and communication support for the economic security of communications enterprises. It should be noted that the effectiveness of information and communication support for the economic security of telecommunication enterprises can be determined both static in the short term and in dynamics over several time periods. The efficiency defined in the dynamics, i. e. the performance indicator, outlines the sustainability of the information and communication security of the economic security of the communication enterprises, which depends on its mobility, balance, flexibility and competence of the communication enterprises. Based on the evaluation of the effectiveness of information and communication support for economic security of enterprises, it is possible to formulate directions of activation and develop the necessary corrective measures. Corrective actions based on the results of the assessment are necessitated by the need for structuring, balance of the respective architecture, coherence and ensuring the economic security of the communication enterprises.

Key words: *information and communication support, economic security of enterprises, evaluation of efficiency.*

Постановка проблеми. Інформаційно-комунікаційні технології стають все більш доступними, їх кількість зростає, а ефективність інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку від цього не тільки не підвищується, але й часто зменшується, що пояснюється такими факторами, як дублювання, асиметричність, недостовірність, недостатність або надлишковість інформації. За таких умов підвищення ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, спрямоване на забезпечення їх стійкого розвитку як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі, стає надзвичайно актуальним. Відповідно, виникла потреба формування нових підходів до оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку з урахуванням реалій економічного простору в умовах широкого використання сучасних цифрових технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду багатогранної проблеми оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку

не приділяється достатньої уваги в наукових дискусіях українських і зарубіжних учених. Фрагментарне окреслення цієї проблеми знаходимо у розвідках таких відомих науковців, як І. Ансофф, Н. Ботвина, Т. Гладченко, О. Гривківська, О. Гудзь, О. Гусєва, І. Зеліско, Г. Козаченко, Л. Лазаренко, С. Легомінова, Д. Никифорчук, В. Пономарьов, В. Сотниченко, П. Стецюк, І. Троц, Л. Шваб, Л. Юрович. Проте потребують додаткового поглибленого вивчення, уточнення та обґрунтування етапи, особливості, критерії та система показників оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення й розвиток наукових та методичних підходів до оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, уточнення етапів й особливостей такого оцінювання, обґрунтування критеріїв та системи індикаторів на матричній основі з урахуванням реалій економічного простору в умовах широкого використання сучасних цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. В управлінському аспекті оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку можна вважати найбільш важливою складовою процесу інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки, оскільки визначаються сильні та слабкі сторони й можливості здійснення цього процесу, що дає змогу окреслити напрями та заходи щодо його вдосконалення та гармонізації.

Оцінка ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку має спиратись на принципи практичності, доступності, об'єктивності, послідовності, ритмічності.

Однією з вимог оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку є певна ритмічність її здійснення, що дасть змогу своєчасно коригувати відповідні управлінські рішення. Для оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку доцільно виділити такі рівні ритмічності, як оперативний, тактичний, стратегічний.

Ключовим призначенням оперативного оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку має бути виявлення відхилень основних індикаторів задля термінового реагування, а за потреби – коригування управлінських заходів.

Тактичний рівень оцінювання має здійснюватися для моніторингу загальних індикаторів після завершення певних проєктів чи у визначений часовий період. Результати цього оцінювання мають використовувати для аналітичних довідок щодо виявлення наявних чи латентних загроз і ризиків та відповідного коригування управлінських рішень.

Стратегічна оцінка дасть змогу виявити можливості вдосконалення інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку під час виконання майбутніх завдань та спрогнозувати рівень його ефективності в майбутньому.

Переважно поняття «ефективність» тлумачать як «здатність приносити ефект, результативність процесу, проєкту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат» [4, с. 508], тобто ефективність окреслюють через показник ефекту. Так, М. Бухалков визначає ефективність як співвідношення отриманого ефекту та витрат на його досягнення, отже, вона є свого роду платою за досягнення цього результату [1, с. 342]. Підтримує таку позицію М. Нагорська, яка переконана в тому, що розрахунок у вартісній формі дає змогу виразити ефективність суспільного виробництва в єдиному показнику, який є відношенням ефекту до витрат [5, с. 42].

Оцінка ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку тісно пов'язана з усіма етапами процесу управління економічною безпекою та своїми результатами здатна спонукати керівників вносити необхідні корективи. При цьому оцінка забезпечує функціонування на підприємствах зв'язку безперебійного зворотного зв'язку та є могутнім важелем нарощення конкурентних переваг. Метою оцінювання є визначення інтегрального індикатора ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

Послідовність етапів оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку має бути такою.

Передусім варто визначити кількісні індикатори, які характеризують окремі напрями та складові ефективності економічної безпеки підприємств зв'язку. Потім експертним шляхом доцільно визначити вагомість кожного індикатора.

Після цього доцільно визначити інтегральний індекс ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки, який розраховується на основі складових кількісної оцінки та їх вагових коефіцієнтів.

В кінці кількісного оцінювання здійснюється формування рейтингової шкали оцінки ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку на основі універсальної шкали Харрінгтона.

Для об'єктивності та повноти оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку разом із кількісними індикаторами важливо враховувати наявні якісні індикатори, які відображають якісні характеристики.

Послідовність етапів якісного оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку майже така ж, як і кількісного.

Передусім визначається система якісних індикаторів, що доцільно здійснювати на основі концепції, розробленої Д. Нортоном та Р. Капланом [6], де запропоновано використовувати їх оптимальну кількість, а саме 3–5.

Потім визначаються експерти, розробляється бальна оцінка для якісних індикаторів та їх вагомість.

Після цього розраховується інтегральний індекс якісної оцінки ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, будується рейтингова шкала.

Визначення інтегрального індексу якісної оцінки ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку дає змогу виявити ступінь його збалансованості, структурованості, гнучкості, мобільності, компетентності та об'єктивності.

Для наочної ілюстрації результатів оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку доцільно побудувати гістограму з демонстрацією рейтингів кількісних та якісних індикаторів. Сформована гістограма буде відображати поділ ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку за сегментами з високим, достатнім та низьким рівнями ефективності, що дасть змогу розробити адекватні заходи чи коригувальні управлінські рішення.

Водночас відзначимо, що у сучасному мінливому та динамічному конкурентному середовищі надзвичайно важливо мати уявлення не тільки про кількісні та якісні індикатори в певний часовий період, але й про швидкість і напрями змін індикаторів, що дасть змогу передбачити ситуацію наперед та ухвалити відповідні управлінські рішення.

Дієвим інструментом, який дасть змогу вирішити цю проблему, може бути матричне представлення кількісних та якісних інтегральних індексів у динаміці. Послідовність матричного представлення ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку поєднує етапи розрахунку індексів для матричного представлення у динаміці, їх моніторинг і діагностику, визначення координат матриці та управлінську й економічну інтерпретацію результатів оцінювання.

На основі побудованої матриці можна об'єктивно оцінювати ефективність інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, що дає змогу більш детально враховувати всі коливання та зміни у усієї сукупності складових інформаційно-комунікаційного забезпечення та отримувати реальну динамічну характеристику ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку в розрізі часових періодів, ієрархічних рівнів ефективності, виявляти слабкі та сильні сторони управлінських заходів задля їх уточнення й подальшого коригування. Матриці ефективності можуть бути побудовані за будь-який часовий період, але варто зважати на те, що послуги підприємств зв'язку підпадають під вплив сезонних коливань, тому доцільно виважено розраховувати критичні індикатори в різні часові періоди для адекватного ухвалення управлінських рішень та запобігання інформаційній асиметрії отриманих результатів.

Система індикаторів оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку має відповідати таким критеріям:

– повнота та конкретність індикаторів, їх доцільність, простота та однозначність;

– вилучення індикаторів, які дублюються;

– зіставлення індикаторів;

– охоплення всіх складових інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки, кількісна та якісна їх характеристика;

– можливість розрахунку інтегрального індикатора.

Таким чином, система індикаторів має охоплювати ключові складові, забезпечувальні підсистеми, характеристики та взаємозв'язки інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

До системи індикаторів варто долучити наявність мети, пріоритетів, стратегій, завдань; кількість та якість офісних і виробничих приміщень; ступінь зносу основних виробничих засобів; коефіцієнт модернізації основних виробничих засобів; оснащеність операційної діяльності основними видами ресурсів; кількість та якість комп'ютерів, оргтехніки, засобів зв'язку, комунікаційних ланцюгів, транспортних засобів; енергоємність; рівень завантаження спеціалізованого обладнання; надійність комунікаційних ланцюгів; обсяг фонду заробітної плати; кількість та якісну характеристику контактних аудиторій; угоди, укладені з партнерами; забезпечення накладних та представницьких витрат; розміри служби безпеки; наявність спеціального устаткування, електронних засобів інформаційного й комунікаційного захисту; витрати на отримання, опрацювання та захист конфіденційної інформації; інфраструктуру забезпечення захисту інформації; систему доступу до матеріалів конфіденційного характеру; якісну характеристику персоналу; рівень витрат на підготовку кадрів; систему матеріального стимулювання працівників; індикатор освітнього рівня; частку заробітної плати у собівартості; систему підбору та навчання кадрів; використання патентування, ноу-хау; частку працівників апарату

управління; плинність спеціалістів високої кваліфікації; частку інженерно-технічних та наукових працівників; індикатор інноваційної активності; доступ до ноу-хау; частку витрат на інновації; коефіцієнти повноти, точності та суперечливості інформації.

Окремо наголошуємо на тому, що до цієї системи індикаторів для оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку важливо також долучити індикатори інформаційно-комунікаційної гнучкості, мобільності та компетентності. Така наша позиція обґрунтовується таким чином. Інформаційно-комунікаційну гнучкість, мобільність та компетентність у забезпеченні економічної безпеки підприємства зв'язку слід вважати конкурентними перевагами, які забезпечують йому можливість швидше за своїх конкурентів долати інформаційну асиметрію як важливу складову конкурентної боротьби в процесі надання послуг зв'язку.

Індикатори інформаційно-комунікаційної гнучкості, мобільності та компетентності відображають рівень ефективності формування й використання інформаційно-комунікаційних засобів, оскільки їх сутність зосереджена в генеруванні додаткового ефекту економічної безпеки від підвищення гнучкості, мобільності та компетентності забезпеченості інформаційно-комунікаційними ресурсами.

Інформаційно-комунікаційні технології дають змогу значно підвищити якість взаємодії підприємств зв'язку з клієнтами, впливають на налагодження взаємин між ними. Окрім того, інформаційно-комунікаційна гнучкість, мобільність та компетентність забезпечення економічної безпеки підприємства зв'язку визначають:

– рівень технологічного оснащення підприємства зв'язку;

– відповідність сучасним вимогам до функціонування в цифровому середовищі;

– можливість дієвим чином конкурувати з іншими підприємствами зв'язку;

– можливості забезпечувати високий рівень інформаційно-комунікаційних взаємовідносин в структурі інструментів роботи з різними контактними аудиторіями.

Фактично індикатори інформаційно-комунікаційної гнучкості, мобільності та компетентності забезпечення економічної безпеки підприємства зв'язку доцільно розглядати у двох аспектах, а саме як індикатори ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку; як конкурентну перевагу підприємств зв'язку.

Конкурентні переваги проявляються лише тоді, коли вони зіставляються з підприємствами-конкурентами, оскільки вони пропонують майже однаковий асортимент послуг для клієнтів, а ціни суттєво не коливаються, тобто підприємства зв'язку функціонують в одному споживчому сегменті, їм притаманні практично однакові ризики та загрози, вони борються за прихильність одних і тих же клієнтів.

Більш точно позиції підприємств зв'язку охарактеризує інтегральний індикатор ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки.

Сформована таким чином система індикаторів стане основою інтегрального кількісного оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

Зауважимо, що ефективність інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку можна визначати і як статичну за короткостроковий часовий період, і в динаміці за кілька часових періодів. Ефективність, визначена в динаміці, тобто індикатор ефективності, окреслює стійкість ефективності забезпечення інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, який залежить від його мобільності, збалансованості, гнучкості та компетентності підприємств зв'язку.

За результатами оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку можна сформувати напрями активізації та розробляти необхідні коригувальні заходи. Коригувальні заходи за результатами проведеного оцінювання зумовлюються необхідністю структурування, збалансованістю відповідної архітектури, узгодженості та забезпеченості економічної безпеки підприємств зв'язку.

Висновки з проведеного дослідження. У статті узагальнено, розвинуто наукові та методичні підходи до оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку, уточнено етапи й особливості такого оцінювання, обґрунтовано критерії та систему індикаторів оцінювання ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку на матричній основі з урахуванням реалій економічного простору в умовах широкого використання сучасних цифрових технологій, зокрема запропоновано використовувати такі показники, як інформаційно-комунікаційна гнучкість, мобільність та компетентність, що дасть змогу виявити його зовнішні й внутрішні особливості та можливості щодо вдосконалення формування й використання, визначити його характеристики, що дасть змогу підвищити ефективність інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємств зв'язку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бухалков М. Внутрифирменное планирование. 2-е изд., испр. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2001.400 с.

2. Гудзь О. Організаційно-інформаційне забезпечення управління розвитком підприємства в умовах становлення цифрової економіки. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2019. № 4(30). С. 1–9.

3. Гудзь О., Маковій В. Розроблення стратегії Digital-трансформації підприємств. *Інфраструктура ринку.* 2018. Вип. 25. С. 248–254.

4. Мочерний С. Економічна енциклопедія. Київ : Академія, 2002. Т. 1. 950 с.

5. Нагорская М. Эффективность производства: роль управленческого персонала. Донецк : ИЗП НАПУ, 1998. 240 с.

6. Kaplan R., Norton D. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard : President and Fellows of Harvard College, 2012. 323 p.

REFERENCES:

1. Buhalkov M. (2001) Vnutrishn'okorporatyvne planuvannya [Intra-corporate planning]. 2nd ed. and ext. M.: INFRA-M.

2. Gudz O. (2019) Orhanizatsiyno-informatsiyne zabezpechennya upravlinnya rozvytkom pidpryyemstva v umovakh formuvannya tsyfrovoyi ekonomiky. [Organizational and informational support of enterprise development management in the conditions of digital economy formation]. *Economy. Management. Business*, no. 4(30), pp. 1–9.

3. Gudz O., Makoviy V. (2018) Rozrobka stratehiyi tsyfrovoyi transformatsiyi pidpryyemstv [Developing a strategy for Digital transformation of enterprises]. *Market infrastructure*. Issue 25, pp. 248–254.

4. Mochernyi S. (2002) Ekonomichna entsyklopediya [Economic Encyclopedia]. K.: Academy, vol. 1.

5. Nagorskaya M. (1998) Efektyvnist' vyrobnytstva: rol' upravlins'koho personalu [Production efficiency: the role of managerial staff]. Donetsk: UAA Napa.

6. Kaplan R., Norton D. (2012) Zbalansovana systema pokaznykiv: peretvorennya stratehiyi v diyu [The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action]. Harvard : President and Fellows of Harvard College.

Gudz Elena
Doctor of Economic Sciences, Professor
State University of Telecommunications
Shmaliy Lyudmila
Postgraduate Student at Department of Management
State University of Telecommunications

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROVISION OF ECONOMIC SECURITY OF COMMUNICATION ENTERPRISES

The purpose of the article is to summarize and develop scientific and methodological approaches to assessing the effectiveness of information and communication support for the economic security of communications enterprises, to clarify the stages and features of such assessment, to justify the criteria and system of indicators on a matrix basis, taking into account the realities of economic space in the context of the widespread use of modern technology.

Methodology. In the management plane, assessing the effectiveness of information and communication support for the economic security of communications enterprises can be considered as the most important component of the process of information and communication security of economic security, as it identifies strengths and weaknesses and opportunities in the implementation of this process, which allows to outline directions and measures for its improvement and harmonization.

Results. Based on the evaluation of the effectiveness of information and communication support for economic security of enterprises, it is possible to formulate directions of activation and develop the necessary corrective measures. Corrective actions based on the results of the assessment are necessitated by the need for structuring, balance of the respective architecture, coherence and ensuring the economic security of the communication enterprises.

Practical implications. The article generalizes and develops scientific and methodological approaches to the evaluation of the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises, specifies the stages and features of such assessment, substantiates the criteria and system of indicators for evaluating the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises on a matrix basis space in the context of widespread use of modern digital technologies, in particular, it is proposed to use such while nicks as information and communication flexibility, mobility and competence that will enable it to detect external and internal features and possibilities for improving the formation and use, to determine its characteristics will improve the effectiveness of information and communication economic security business communications.

Value/originality. The article generalizes and develops scientific and methodological approaches to the evaluation of the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises, specifies the stages and features of such assessment, substantiates the criteria and system of indicators for evaluating the effectiveness of information and communication support of economic security of communication enterprises on a matrix basis space in the context of widespread use of modern digital technologies, in particular it is suggested to use such indies as information and communication flexibility, mobility and competence. It should be noted that the effectiveness of information and communication support for the economic security of telecommunication enterprises can be determined both static in the short term and in dynamics over several time periods. The efficiency defined in the dynamics, i. e. the performance indicator, outlines the sustainability of the information and communication security of the economic security of the communication enterprises, which depends on its mobility, balance, flexibility and competence of the communication enterprises.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА
CORPORATE ENTERPRISE CULTURE

УДК 658.3:005.591.3:005.95
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-25

Гуржій Н.М.
д.е.н., професор кафедри
підприємництва,
менеджменту організацій та логістики
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к.н.держ.упр., доцент,
доцент кафедри підприємництва,
менеджменту організацій та логістики
Запорізький національний університет
Козюк О.В.
студентка
Запорізький національний університет

У статті розглянуто сутність поняття «корпоративна культура», її складові елементи та методи. Проаналізовано низку показників для оцінювання важливості корпоративної культури на підприємстві, а також її вплив на підвищення конкурентоспроможності й формування позитивного іміджу організації. Досліджено, узагальнено значення корпоративної культури як інструменту ефективного управління підприємством, зосередженого на процесах трансформації в економіці, здійснених людьми, які мають власну систему цінностей, правил, норм поведінки, моделей управління, що включають поняття корпоративної культури. Проведено оцінювання корпоративної культури ПАТ «Запоріжсталь», що базується на експертній оцінці. Запропоновано шляхи підвищення ефективності діяльності ПАТ «Запоріжсталь» та рівня його конкурентоспроможності за рахунок проведення тренінгу персоналу щодо запропонованих змін, моніторингу дієвості вжиття заходів щодо підвищення ефективності роботи працівників та створення універсального стандарту, який надаватиме повне пояснення рівня оцінки працівника на підприємстві.
Ключові слова: корпоративна культура, конкурентоспроможність, корпоративна етика, ефективність, стратегічний інструмент.

В статье рассмотрены сущность понятия «корпоративная культура», ее составные элементы и методы. Проанализирован ряд показателей для оценивания важности корпоративной культуры на предприятии, а также ее влияние на повышение конкурентоспособности и формирования положительного имиджа организации. Исследованы, обобщены значения корпоративной культуры как инструмента эффективного управления предприятием, сосредоточенного на процессах трансформации в экономике, совершенных людьми, которые имеют собственную систему ценностей, правил, норм поведения, моделей управления, включающих понятие корпоративной культуры. Проведено оценивание корпоративной культуры ПАО «Запорожсталь», которая основана на экспертной оценке. Предложены пути повышения эффективности деятельности ПАО «Запорожсталь» и уровня его конкурентоспособности за счет проведения тренинга персонала по предлагаемым изменениям, мониторинга действенности принятия мер по повышению эффективности работы сотрудников и создания универсального стандарта, который будет предоставлять полное объяснение уровня оценки работника на предприятии.
Ключевые слова: *корпоративная культура, конкурентоспособность, корпоративная этика, эффективность, стратегический инструмент.*

Any organization is a complex set of many interrelated elements: staff, logistics, content of activities, etc. The set of these elements represents the organizational potential. The basis of organizational potential is the so-called culture of the organization – a set of management personnel, values and procedures, the most stable and long-term existing characteristics of the organization. In terms of ensuring economic and social development the formation of corporate culture and its principles is necessitated by the importance of its impact on the enterprise. Creation of an appropriate concept and methods for forming the corporate culture of the organization is a basis for its sustainable development in the future. The article aimed to determine the conceptual basis of corporate culture, to summarize the views of different scholars and to define its role and place in the organization management, market relations and competitiveness. The article focuses on the transformation processes in the economy made by people who have their own system of values, rules, norms of conduct, management models that include the concept of corporate culture. The article deals with the essence of the concept of "corporate culture", its constituent elements and methods. A number of indicators have been analyzed to evaluate the importance of corporate culture in an enterprise. The importance of corporate culture as an instrument of effective enterprise management, its influence on enhancing competitiveness and formation of a positive image of the organization are investigated and generalized. The main tools to improve competitiveness should be directed on the human factor and the phenomenon of corporate culture today. The corporate culture of PJSC "Zaporizhstal" is based on the expert evaluation. As a result of the research, ways to increase the efficiency of Zaporizhstal PJSC's activity and its level of competitiveness were offered, such as: staff training on change management, performance monitoring, monitoring of measures to improve employee performance and creating a universal standard that would provide a complete explanation of the employee's level of assessment at the enterprise. Problems and obstacles to implement corporate values and to increase visibility of their widespread introduction were identified.
Key words: *corporate culture, competitiveness, corporate ethics, efficiency, strategic tool.*

Постановка проблеми. Актуальність теми випливає з необхідності створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому. Важливою умовою такого розвитку є науково обґрунтоване розроблення основних принципів, що визначають її базові вихідні засади. В умовах забезпечення економічного й соціального розвитку розроблення принципів корпоративної культури обумовлено важливістю її впливу на діяльність підприємства. Принципи корпоративної культури повинні відповідати критеріям стабільного та ефективного розвитку підприємства. Впровадження та дотримання принципів корпоративної культури дасть змогу зробити її могутнім інструментом управління персоналом, забезпечить цілісність організації, створить сприятливі умови для управління підприємством та сприятиме стабільному розвитку корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням корпоративної культури на підприємствах України займались І.А. Ігнатьєва, Л.В. Балабанова, О.В. Тарасова, Г.М. Захарчин, А.В. Карпенко та інші науковці. Однак є необхідність подальшого змістовного аналізу теоретичних та прикладних аспектів на промислових підприємствах.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності корпоративної культури, основних її елементів та особливостей їх формування; теоретичне узагальнення положень корпоративної культури та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо її формування на підприємстві; визначення стану корпоративної культури на ПАТ «Запоріжсталь».

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом великі організації та компанії помітили проблему корпоративної культури, яка відіграє важливу роль у формулюванні концепції організаційної ефективності. Отже, корпоративна культура є системою особистісних та колективних цінностей, яка сприймається й розділяється всіма працівниками підприємства. Вона за допомогою наявних правил та інструментів вирішує проблеми, які пов'язані із зовнішньою адаптацією та внутрішньою інтеграцією працівників, які раніше обґрунтовували й підтверджували свою важливість [1, с. 600].

Розглядаючи корпоративну культуру й моделюючи поведінку людини, можемо розглядати її як фактор психологічного впливу. Вона створює міцну опору підприємству, що робить працівників здатними ставати більш адаптованими до змін через психологічну підтримку та впевненість у тому, що його діяльність є корисною для цього підприємства.

Виникнення теорії та практики явища корпоративної культури пов'язано перш за все з необхідністю приділяти більше уваги духовній культурі. Це особливо важливо щодо вітчизняних організацій, оскільки в процесі трансформації економіки та суспільства загалом необхідно вибрати правильний курс. Інакше наша країна відіграватиме роль наздоганяючої [2, с. 512].

Залежно від основної мети організації формуються елементи корпоративної культури (рис. 1).

Для ефективного управління корпоративною культурою необхідні специфічні умови, зокрема адекватний рівень якісного розвитку організації, усвідомлення лідерства в необхідності управління корпоративною культурою як мотивуючий фактор діяльності компанії та фактор підвищення її конкурентоспроможності.

Корпоративна культура впливає на діяльність всієї компанії, отже, необхідно розуміти, що підвищення її рівня приводить до зникнення потреби чітко регулювати здійснювану діяльність, оскільки працівники на такому підприємстві самі розуміють, що та як роботи. Підвищуючи рівень корпоративної культури, підприємство стає більш конкурентоспроможним, а це є позитивною характеристикою будь-якого підприємства [3, с. 28].

Корпоративну культуру слід розглядати як інструмент стратегічного управління, який дає змогу керувати всіма його підрозділами та всіма співробітниками для досягнення загальних цілей. Завдяки цьому інструменту у всіх працівників підвищується ініціативність у діяльності, а розуміння приналежності до загальної спільної справи сприяє розвитку комунікації.

Корпоративна культура організації є найціннішим соціальним напрямом кадрової політики, адже внутрішні прояви корпоративної культури мають безпосередній влив на задоволеність працівників своєю роботою. Важливість досягнення спільної мети веде до прагнення персоналу займатись саморозвитком і самовдосконаленням [2, с. 512]. Культура є продуктом внутрішніх соціальних сил і проявляється в системі цінностей та принципів ведення бізнесу керівництвом.

Метою корпоративної культури є формування поведінки компанії через розвиток почуття прихильності до компанії, заохочення співробітників до участі в спільних заходах, підтримка індивідуальних ініціатив співробітників, сприяння досягненню особистого успіху, делегування обов'язків та зміцнення корпоративної сім'ї.

Таким чином, організаційну культуру можна сприймати як комплексний та ефективний інструмент управління персоналом тільки в умовах наявної структури домінуючих цінностей і наявності певної ієрархії колективних трудових цінностей, що становлять сутність організаційної культури.

Існує кілька методів дослідження корпоративної культури, а саме прямі, непрямі та різноманітні методи.

До непрямих методів діагностування корпоративної культури належать:

– дослідження зразків наявних нормативно-методичних документів;

– аналіз змісту внутрішньої організаційної документації та звітності;

– вивчення інформаційно-комунікаційної системи в організації;

– аналіз кадрових процедур в компанії.

У цьому разі виконання непрямої діагностики може мати кілька проблем, зокрема:

– залежність результатів діагностики від суб'єктивних поглядів та ідей дослідників;

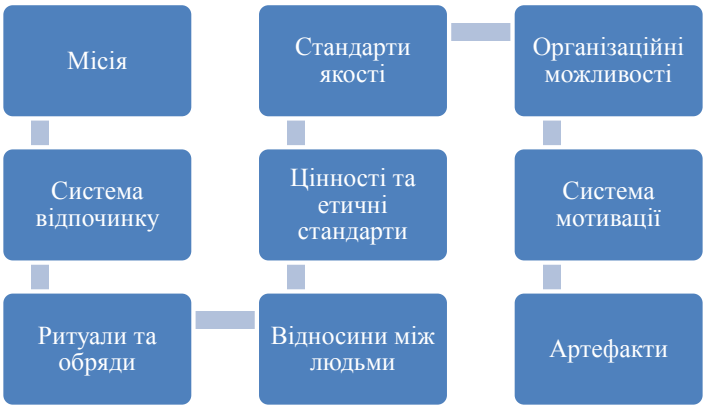


Рис. 1. Елементи корпоративної культури

– розшифрування проблем символічного рівня корпоративної культури (символи, знаки, традиції);

– проблеми, пов'язані з достовірністю результатів (репрезентативність вибірки та кваліфікація дослідників) [5].

Пряма діагностика дає змогу мінімізувати складність проміжних діагностик і підвищити достовірність результатів. Вона включає кількісні, соціологічні та місцеві методи вивчення культури через реальне занурення.

Польові методи дослідження ситуації через реальне занурення включають введення дослідника в культуру. Він починає діяти в ньому не тільки як зовнішній спостерігач, але й як консультант і навіть як член команди. Ці методи можуть бути реалізовані у вигляді семінарів та обговорень з ключовими особами, включаючи час моніторингу, щоденник, методи емпіричних спостережень. Соціологічні методи використовують фокус-групи, напівструктуровані інтерв'ю та глибинні інтерв'ю керівників із співробітниками підрозділів, їх тестування та анкетування [4, с. 317].

Для оцінювання важливості корпоративної культури можна також використовувати низку показників, що відображають рівень розвитку бізнесу в пріоритетних сферах, а саме економічній, інноваційній та соціальній. Економічний розвиток характеризується показниками рентабельності виробництва та продажів, підвищенням продуктивності праці, збільшенням заробітку, здатністю до економії ресурсів, підвищенням якості та конкурентоспроможністю продукції. Інноваційний розвиток представлений часткою інноваційної продукції в загальній чисельності, часткою інноваційного обладнання, часткою персоналу, що впроваджує та реалізовує інноваційні проєкти. Соціальний розвиток відображає настрій команди щодо наявного внутрішнього середовища, що характеризується показниками освіти персоналу, робочою дисципліною, підвищеним рівнем заробітної плати, стабільністю колективу та задоволенням роботою [6, с. 203].

Ці показники дають змогу оцінити ефективність вжитих заходів, краще зрозуміти потреби працівників та зрозуміти їх поведінку.

ПАТ «Запоріжсталь» – це компанія з повним металургійним циклом, яка є лідером з виробництва сталі в Європі. Відповідно до статуту метою товариства є отримання прибутку завдяки соціально-економічним інтересам акціонерів та працівників компанії.

Стратегічне бачення компанії складається з трьох основних стратегічних цілей та завдань, таких як:

– підтримка стійкої конкурентної переваги у виробництві сталі для досягнення такого ж рівня ефективності, що й провідні сталеливарні заводи у світі;

– зміцнення позицій на стратегічних ринках для збільшення продажів готової сталі;

– пошук найкращих ділових практик та їх впровадження під час ведення бізнесу та досягнення результатів.

Основними напрямами розвитку корпоративної етики є охорона праці, повага до людей, здоровий спосіб життя, заборона зброї та азартних ігор, боротьба з дискримінацією, корупцією, захист компанії тощо. Недотримання норм та стандартів поведінки, які описані в Кодексі етики, розцінюється як серйозне порушення й може привести до дисциплінарного стягнення або навіть звільнення з робочого місця [7].

Крім того, оцінювання стану корпоративної культури та відношення працівників підприємства ПАТ «Запоріжсталь» до політики керівництва відбувалося за допомогою анкети анонімного опитування. Ця анкета допомогла зрозуміти основні напрями розвитку культури на цьому етапі існування підприємства. Анкетування проводилось за такими блоками питань (рис. 2).

Комбінат сприймає персонал як важливе джерело конкурентних переваг і постійно інвестує їх розвиток, що приводить до росту потенціалу навиків працівників. На ПАТ «Запоріжсталь» займаються активним навчанням та підвищенням кваліфікації своїх співробітників. Постійно відбувається набір учнів для навчання за рахунок підприємства для конкретних професій з подальшою можливістю працевлаштування в разі здачі іспитів. Підвищення кваліфікації відбувається щонайменше кожні п'ять років [8].

Також на підприємстві проходять курси цільового призначення для вивчення та освоєння працівниками нового обладнання, програм тощо. Крім курсів, на заводі регулярно проводяться семінари та тренінги для керівників різних відомств. Протягом року співробітники беруть участь не більш ніж у 15 семінарах. Крім того, компанія співпрацює з

Рис. 2. Блоки питань анкетування

різними організаціями та навчальними центрами в різних містах України, а саме Запоріжжі, Києві, Харкові, Львові.

Для того щоби максимізувати потенціал працівників та більш ефективно використовувати їхні навички, під час розвитку корпоративної культури необхідно враховувати інноваційність чинників, які впливають на неї [8, с. 107–108]. Така корпоративна культура повинна характеризуватися гордістю, відданістю та зосередженістю працівників, які зосереджені на перспективах розвитку підприємства. Використання інновацій дає змогу стати лідером на ринку іноземних компаній.

Працівники мають розглядатись як стратегічний ресурс, для розвитку якого необхідно створювати особливі умови та розробляти індивідуалізовану систему мотивацій та оцінки. Необхідно постійно проводити моніторинг дієвості заходів для підвищення ефективності роботи працівників, а за потреби, тобто під впливом внутрішніх або зовнішніх факторів, слід змінювати напрям розвитку культури залежно від вимог.

Нині частішим стало використання бенчмаркетингу. Він може використовуватись не лише задля підвищення продуктивності, але й задля покращення елементів корпоративної культури залежно від зовнішніх умов та потреб споживачів і суспільства. Це може бути використання досвіду як конкурентних підприємств, так і зарубіжних передових компаній, що займають аналогічні позиції на світовому ринку [9, с. 20].

Важливим напрямом розвитку культурологічного середовища є своєчасне доведення до працівників базових цінностей підприємства, його етичних та організаційних норм. Необхідно проводити відбір персоналу з огляду на їхню прийнятність цінностей підприємства, ритуалів та задач для того, щоби від самого початку роботи в колективі працівники розуміли правила поведінки та свою роль у діяльності всього підприємства.

На підприємстві діє регламент щорічного оцінювання персоналу, за якого керівник має оцінювати кожного підлеглого для визначення його основних переваг та недоліків, методів їх коригування та преміювання працівника за його роботу. Необхідно розробити універсальний для всіх працівників незалежно від рівня їх управління стандарт, який перебуватиме у вільному доступі та надаватиме повне пояснення рівня оцінки працівника, залежності премії.

Для підвищення рівня значущості думки працівника необхідно показувати результати його пропозицій та питань, які виникають. Поширення інформації має стратегічне значення для підприємства, і цьому питанню має приділятись велика увага, адже саме від цього залежить ефективність роботи всього колективу.

Висновки з проведеного дослідження. ПАТ «Запоріжсталь» приділяє багато уваги розвитку працівників у робочому середовищі, що відрізняє його від інших підприємства і робить привабливішими для шукачів роботи, а також престижним серед інших підприємств металургійної промисловості. Зрештою, персонал – це потенціал компанії та її головний інструмент для отримання позитивного ефекту від власної діяльності, тому вищі керівники закликають співробітників підтримувати дружню й продуктивну атмосферу в колективі та вкладають спільні зусилля в досягнення поставленої мети.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ігнатьєва І.А. Корпоративне управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 600 с.

2. Балабанова Л.В. Управління персоналом : навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2006. 512 с.

3. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства. *Економіка харчової галузі*. 2013. № 3. С. 28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2013_3_ (дата звернення: 10.11.2019).

4. Захарчин Г.М. Корпоративна культура : навчальний посібник. Львів, 2011. 317 с.

5. Ричкова А.А. Корпоративна культура сучасної компанії. Генезис і тенденції розвитку : монографія. 2015. URL: http://rutlib.com/book/15003 (дата звернення: 14.11.2019).

6. Мельник Н.В. Корпоративна культура в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економічний простір*. 2013. № 73. С. 203–212. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_73_22 (дата звернення: 10.11.2019).

7. Запоріжсталь.URL:https://uk.wikipedia.org/wiki/Запоріжсталь (дата звернення: 14.11.2019).

8. Метінвест. URL: https://www.metinvestholding.com (дата звернення: 12.11.2019).

9. Карпенко А.В. Дослідження впливу корпоративної культури на діяльність підприємства і його інноваційність. *Вісник технологічного аудиту та резерви виробництва*. 2016. № 6/4 (32). С. 20–24.

REFERENCES:

1. Ignatieva I.A. (2013) *Korporativne upravlinnya* [Corporate governance : a textbook]. Kyiv : Center for Educational Literature.

2. Balabanova L.V. (2006) *Upravlinnya personalom* [Personnel Management]. Kiev : Professional.

3. Tarasova O.V. (2013) Korporativna kultura yak instrument efektyvnogo rozvitku [Corporate culture as an instrument of effective enterprise management]. *Economics of the food industry*, vol. 5, no. 3, pp. 28.

4. Zakharchin G.M. (2011) *Korporatyvna kultura* [Corporate Culture]. Lviv : Lviv Polytechnic.

5. Rychkova A.A. (2015) *Korporatyvna kultura* suchasnoii kompanii. Geneziz i tendentsii rozvitku [Corporate culture of the modern company. Genesis and Development Trends]. Kazan : Buk.

6. Melnyk N.V. (2013) Korporatyvna kultura v konteksti zabespechennya konkurentospromognosti pidpryyemstva [Corporate culture in the context of ensuring

the competitiveness of the enterprise]. *Economic space*, vol. 4, no. 73, pp. 203–212.

7. Zaporizhstal. Available at https://en.wikipedia.org/wiki/Zaporizhstal (accessed 14 November 2019).

8. Metinvest. Available at https://www.metinvestholding.com (accessed 12 November 2019).

9. Karpenko A.V. (2016) Doslidjennya vplyvu korporatyvnoii kultury na diyalnist pidpryyemstva I yiogo innovatsiinist [Research of the influence of corporate culture on the activity of the enterprise and its innovation]. *Bulletin of Technological audit and production reserves*, vol. 6/4, no. 32, pp. 20–24.

Gurzhii Natalya
Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department
of Entrepreneurship, Management of Organizations and Logistics
Zaporizhzhya National University
Onishchenko Oksana
Candidate of Science in Public Administration, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Entrepreneurship,
Management of Organizations and Logistics
Zaporizhzhya National University
Koziuk Olha
Student
Zaporizhzhya National University

CORPORATE ENTERPRISE CULTURE

The relevance of this topic stems from the need to create an appropriate concept and methods for forming the corporate culture of the organization as a basis for its sustainable development in the future. An important prerequisite for such development is the scientifically sound development of the basic principles that determine its baseline. In terms of economic and social development, the development of corporate culture principles is conditioned by the importance of its influence on the activity of the enterprise. The basic principles of the study are systematic and comparative methods, used structural and functional approach. Any organization is a complex set of many interrelated elements: staff, logistics, content of activities, etc. The set of these elements represents the organizational potential. The basis of organizational potential is the so-called culture of the organization – a set of management personnel, values and procedures, the most stable and long-term existing characteristics of the organization. In terms of ensuring economic and social development the formation of corporate culture and its principles is necessitated by the importance of its impact on the enterprise. Creation of an appropriate concept and methods for forming the corporate culture of the organization is a basis for its sustainable development in the future. The article aimed to determine the conceptual basis of corporate culture, to summarize the views of different scholars and to define its role and place in the organization management, market relations and competitiveness. The article focuses on the transformation processes in the economy made by people who have their own system of values, rules, norms of conduct, management models that include the concept of corporate culture. The article deals with the essence of the concept of “corporate culture”, its constituent elements and methods. A number of indicators have been analyzed to evaluate the importance of corporate culture in an enterprise. The importance of corporate culture as an instrument of effective enterprise management, its influence on enhancing competitiveness and formation of a positive image of the organization are investigated and generalized. The main tools to improve competitiveness should be directed on the human factor and the phenomenon of corporate culture today. The corporate culture of PJSC “Zaporizhstal” is based on the expert evaluation. As a result of the research, ways to increase the efficiency of Zaporizhstal PJSC’s activity and its level of competitiveness were offered, such as: staff training on change management, performance monitoring, monitoring of measures to improve employee performance and creating a universal standard that would provide a complete explanation of the employee’s level of assessment at the enterprise. Problems and obstacles to implement corporate values and to increase visibility of their widespread introduction were identified. The research made it possible to conclude that the formation and support of corporate culture is of practical interest, as it increases the ability of the organization to adapt to the dynamically changing environment and positively affect the performance of the enterprise.

СУЧАСНИЙ ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ
MODERN CONCEPT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEMS

УДК 330:652:519.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-26

Євтушенко Г.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна
Кулініч А.В.
студентка
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

У статті йдеться про якісну транспортну та логістичну діяльність. Це основа для розвитку та успішного функціонування економіки. Вона є необхідною умовою зростання та стабільності держави. На сучасному ринку оптимальна та ефективна доставка товарів є одним із пріоритетних напрямів зниження витрат промислових підприємств, торгових компаній та послуг. У зв'язку із цим транспортні послуги, включаючи фрахт, міцно зайняли нішу в нинішній економіці, й експедиторська компанія стала основним партнером будь-якого великого виробника чи постачальника. Мета статті – розкрити економічну природу та структуру логістичної діяльності й тенденції розвитку транспортних послуг сучасної України. Для цього було використано логічний, дедуктивний методи дослідження, метод синтезу та аналізу. У результаті проведених досліджень визначено теоретичні основи та аспекти ТОВ «Совтрансавто-Київ», проведено структурний, динамічний та матричний аналіз, розглянуто економічний розвиток ТОВ «Совтрансавто-Київ».
Ключові слова: *транспортні послуги, логістична компанія, вантажі, ланцюги, перевезення, підприємницька діяльність, постачальник, маршрут.*

В статье говорится о качественной транспортной и логистической деятельности. Это основа для развития и успешного функционирования экономики. Она является необходимым условием роста и стабильности государства. На современном рынке оптимальная и эффективная доставка товаров является одним из приоритетных направлений снижения затрат промышленных предприятий, торговых компаний и услуг. В связи с этим транспортные услуги, фрахт, прочно заняли нишу в нынешней экономике, и экспедиторская компания стала преимущественным партнером любого крупного производителя или поставщика. Цель статьи – раскрыть экономическую природу и структуру логистической деятельности и тенденции развития транспортных услуг современной Украины. Для этого были использованы логический, дедуктивный методы исследования, метод синтеза и анализа. В результате проведенных исследований определены теоретические основы и аспекты ООО «Совтрансавто-Киев», проведен структурный, динамический и матричный анализ, рассмотрено экономическое развитие ООО «Совтрансавто-Киев».
Ключевые слова: *транспортные услуги, логистическая компания, грузы, цепи, перевозки, предпринимательская деятельность, поставщик, маршрут.*

The article deals with quality transport and logistic activity. It is the basis for the development and successful functioning of the economy and is a necessary prerequisite for the growth and stability of the state. In today's market, the optimal and efficient delivery of goods is one of the priority areas for reducing the costs of industrial enterprises, trading companies and services. Leading Ukrainian transport companies have achieved a high level of business development mainly through the introduction of an integrated management tool called logistics. By providing logistics services, the transport company not only provided for its customer the tasks of the most efficient organization of the cargo delivery process, but also significantly expanded the scope of its activity as a carrier. The provision of transport services has been transformed into freight forwarding services. The logistics company, as well as the freight forwarding company, are no longer the entities of the isolated industry that provide freight transportation, but the manufacturer of a wide range of comprehensive logistics services. The organization of road transport, delivery of goods by sea, air and rail transport, transportation of groupage cargoes and warehousing are the types of services which today include logistics services. Transport logistics is organizationally coordinating, designed to streamline traffic flows and allow the release of manufacturers or suppliers from performing multiple time-consuming operations. In this regard, transportation services, including freight transport, have firmly occupied a niche in the current economy, and the freight forwarding company has become a desirable partner for any major manufacturer or supplier. At the same time, many specific issues in this area require further analysis, such as the study of the peculiarities of forming a network of multimodal transport and logistics centers in the context of increasing attractiveness of transport potential. The main tasks of transport logistics are to create transport chains, which will be used for the transportation of goods in the future. The purpose is to reveal the economic nature and structure of logistic activity and tendencies of development of transport services of modern Ukraine. The purpose of the article is to reveal the economic nature and structure of logistic activity and tendencies of development of transport services of modern Ukraine. It is also necessary to study the development of transport and logistics infrastructure of Ukraine and to justify its prospects for development. To achieve this goal, a logical, deductive method of research, method of comparison, synthesis and analysis were used. As a result of the research, the theoretical foundations and aspects of Sovtransavto-Kyiv LLC were determined, structural, dynamic and matrix analysis was carried out, and the forecast for the economic development of Sovtransavto-Kyiv LLC was made.
Key words: *transport services, logistics company, cargo, chains, transportation, business, supplier, route.*

Постановка проблеми. На сучасному ринку одним із пріоритетних напрямів скорочення витрат промислових підприємств, торговельних компаній і сфери послуг є оптимальна і результативна доставка вантажів. В Україні головні транспортні компанії мають високий ступінь розвитку свого бізнесу завдяки тому, що вони вводять інтегральний інструмент управління, який іменується логістикою. Завдяки наданню таких послуг транспортна компанія, по-перше, забезпечує для свого клієнта оперативну організацію доставки вантажів, а по-друге, розширює галузь своєї роботи як перевізника. Транспортні послуги перетворилися на транспортно-експедиційні послуги. Останні та логістична компанія це вже зовсім не суб'єкти окремої галузі, які виконують функції вантажоперевезення. Вони є виробниками широкого спектру логістичних послуг у комплексі. Організація автомобільного транспорту, доставка вантажів морським, повітряним та залізничним транспортом, перевезення збірних вантажів та складування – це види послуг, які сьогодні включає логістика. Організаційно-координуючий характер, призначена для впорядкування транспортних потоків і дає змогу звільнити виробників чи постачальників від виконання численних тру-

домістких операцій – це все характеристики, які містить у собі транспортна логістика.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у теорію і практику транспортно-логістичного сервісу зробили наукові праці В.Л. Диканя, А.М. Пасічника, І.В. Токмакової, О.М. Полякової та інших учених. В.В. Мандра, Н.С. Питуляк, С.В. Савенко, А.В. Кузьменко, Н.П. Тарнавська займалися вивченням питання використання досвіду країн світу у створенні транспортно-логістичних центрів у світі та в Україні.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття економічної природи та структури логістичної діяльності й тенденцій розвитку транспортних послуг нинішньої України. Необхідно також вивчити розвиток транспортної та логістичної інфраструктури України та визначити перспективи її росту.

Виклад основного матеріалу дослідження. ТОВ «Совтрансавто-Київ» – молода транспортно-експедиційна організація. Її основна діяльність – щоб вантажі були перевезені автомобільним шляхом. Інакше кажучи, це мають бути автоперевезення, автомобільні перевезення вантажів, перевезення автотранспортом, автоперевезення вантажів та перевезення вантажів автотранспортом. Діє із січня 2017 р. Через те, що сьогодні транспортне обслуговування України швидко виходить на новий рівень, автоперевізна компанія не лише здійснює вантажні перевезення, а й надає низку необхідних відповідних послуг. Транспортні компанії Києва у цьому не відстають, особливо компанія «Совтрансавто-Київ». Вона успішно поєднує різні транспортні послуги зі складськими, страховими та митно-брокерськими.

Основним завданням транспортної логістики є створення транспортних мереж, які в майбутньому використовуватимуться для вантажоперевезень [1].

Варто також відзначити значення аналізу кінцевих точок, побудови оптимального маршруту доставки та вибору транспортного засобу. У той час, коли відбуваються перевезення, необхідно забезпечити повний контроль над зберіганням вантажів. Завдання логістично-транспортної системи та розроблення її стратегії варто розділити на три групи. Формування та створення ринкових напрямів обслуговування, прогнозування матеріальних потоків, їх обробка в системі обслуговування та інша діяльність в оперативному управлінні та регулюванні матеріального потоку – це характеристика першої групи. Завдання другої групи – розглянути, як функціонує систематичність в організації транспортного процесу. Сюди входять план перевезень, план розподілу за видами діяльності, план формування вантажопотоків, графік руху транспортних засобів та ін. Третя група має керувати запасами на підприємствах, фірмах, складах, розміщенням товарних запасів, а також щоб було обслуговування транспортом та різними інформаційними системами [2].

В умовах ринку досить важливим є оптимізація та вирішення цих проблем. Це залежить від визначеної ситуації, умов і вимог до діючої логістичної системи, а також від проблем, які пов'язані із забезпеченням виробництва сировини та напівфабрикатів завдяки усуненню вузьких місць у технології доставки різних видів продукції до пунктів виробництва, складування та збуту [3].

Унімодальне (одновидове) перевезення здійснюються одним видом транспорту, наприклад автомобільним. Зазвичай він використовується, коли стартові та кінцеві пункти перевезення логістичного ланцюга встановлені без проміжних складських операцій. Еталонами вибору виду транспорту в таких перевезеннях зазвичай є тип вантажу, обсяг відвантаження, час доставки товару споживачеві, вартість перевезення.

Інтермодальні – це перевезення вантажів кількома видами транспорту, за якого один із перевізників організовує всю доставку з однієї точки відправлення через один або декілька пунктів перевалки до місця призначення. Це відбувається залежно від поділу відповідальності за перевезення різних видів транспорту, видаються транспортні документи.

Транспорт є мультимодальним, якщо особа, яка організовує перевезення, несе відповідальність за нього протягом усієї поїздки незалежно від кількості видів транспорту, що беруть участь у перевезенні, із заповненням єдиного транспортного документа [4].

У попередні роки технологія транспортування, найбільш для мульти– і інтермодальних перевезень, була пов’язана з використанням у логістичних ланцюгах вантажних терміналів та термінальних комплексів [5].

Інтермодальні та мультимодальні транспортні системи функціонують за такими принципами:

– єдиний комерційний правовий режим;

– підхід у комплексі до фінансово-економічних перевезень;

– телекомунікаційні мережі та електронні системи управління документами мають бути використані максимально;

– має бути цілісний організаційно-технологічний принцип управління перевезеннями та координація всіх логістичних посередників, які беруть участь у перевезеннях;

– співпраця логістичних посередників;

– усебічне вдосконалення логістичної інфраструктури різними видами транспорту [6].

ТОВ «Совтрансавто-Київ» за основний об'єкт управління господарської та економічної діяльності має матеріальний потік, що протікає через логістичний ланцюг, – від первинного джерела сировини через усі проміжні процеси до поставки готової про-

дукції кінцевому споживачу. Також управлінськими об'єктами є фінансові й інформаційні потоки [7].

Сутність транспортування лежить у динаміці продукції транспортним засобом за певною технологією в ланцюзі постачань. Її компонентами є логістичні операції та функції [8].

Цілі та завдання підприємницької діяльності ТОВ «Совтрансавто-Київ»:

1. Вибір типу транспортного засобу.

2. Транспортні процеси зі складсько-виробничими операціями планувати разом.

3. Транспортні процеси у різних видах транспорту – спільне планування.

4. Транспортно-складський процес має бути забезпеченим технологічною єдністю.

5. Визначення раціональних способів постачання.

6. Усі ці завдання вирішуються взаємопов'язано та всебічно [9].

Логістична стратегія компанії також існує. З одного боку, це доцільний, взаємовизначений та взаємозалежний ринково орієнтований набір процесів для створення та підтримання гнучких зв'язків між цілями, можливостями та ресурсами підприємства. А з іншого – з ринковими реаліями. Аналіз кожного з напрямів логістичної стратегії враховує всі цілі логістичної реорганізації підприємства, а кінцевий результат такого аналізу встановлюється на основі висновків про відповідність результатам діяльності підприємства зі своїми стратегічними цілями.

Логістична стратегія підпорядкована загальній стратегії підприємства, тому всі елементи такої стратегії тією чи іншою мірою є визначальними для логістичної стратегії [10].

Для формування та реалізації логістичної стратегії необхідно:

– факт глобальної та відповідних підтримувальних стратегій;

– можливість створення величини та побудови виробництва з погляду правил логістичного підходу;

– вертикальність інтеграції сфер логістичного управління;

– орієнтованість структур постачання, виробництва та розподілу на потоки матеріалів та готових виробів;

– відповідність систем управління та інформації;

– відповідність заходів ефективності;

– відповідність рівнів автоматизації техніки виробництва, переміщення матеріалів та інформації;

– використання кадрів відповідної класифікації [11].

Формування характеристики логістичної стратегії відбувається так:

– розвиток ситуації, яка впливає на прийняття рішення щодо формування логістичного керування, є невизначеним;

– «досить широка перспектива» – саме так має бути спрямована логістична стратегія на уявлення подальшого розвитку підприємства;

– система розгортання управління логістикою має відбуватися поетапно;

– присутність часткових посередніх цілей для кожного етапу формування логістичної системи управління та пов'язування всіх цих етапів і цілей з єдиним поясненням прийняття відповідного управлінського рішення;

– зауваження не лише на наявних ресурсах для формування системи управління логістикою, а й на потенціалі компанії щодо їх підтримання [12].

Для дослідження передумов удосконалення керування логістичними процесами у ТОВ «Совтрансавто-Київ» необхідно визначити чинники, які впливають на це. Серед них виділять виді-

Таблиця 1

SWOT-аналіз для ТОВ «Совтрансавто-Київ»

Сильні сторони:	**Слабкі сторони:**
1. Високоякісна продукція. 2. Бере участь у міжнародних проєктах, виставках. 3. Великий досвід на ринку продуктів харчування. 4. Наявність екологічних сертифікатів. 5. Збільшення кількості споживачів. 6. Упровадження новітніх технологій у галузі виробництва продуктів харчування. 7. Наявність постійних споживачів. 8. Установлюються стабільні відносини з постійними замовниками. 9. Перспектива та динаміка політики, яку проводить керівництво компанії.	1. Постійна потреба у великих інноваційних інвестиціях. 2. Негнучка тарифна політика через державне тарифне регулювання. 3. Зниження частки ринку.
Можливості:	**Загрози:**
1. Поява нових ділових партнерів. 2. Підвищення платоспроможності населення. 3. Пертурбація вподобань споживачів. 4. Доступ до новітніх транспортних технологій.	1. Велика кількість конкурентів. 2. Недоліки податкової системи. 3. Ймовірність того, що конкурентоспроможні організації вдосконалять свої маркетингові програми. 4. Економічна та політична нестабільність в Україні. 5. Високі витрати на рекламу. 6. Агресивна конкурентна політика.

Джерело: [13]

Таблиця 2

PEST-аналіз для ТОВ «Совтрансавто-Київ»

P(Political):	E(Economical):
1) Політична нестабільність 2) Податкове законодавство (зміни в оподаткуванні) 3) Формування міжнародних транспортно-термінальних систем вантажних перевезень 4) Євроінтеграція	1) Вплив світової фінансово-економічної кризи 2) Збільшення за бюджетом на 2017 р. мінімальної заробітної плати 3) Загальна економічна ситуація в країні, рівень інфляції 4) Комунальні витрати і тарифи на обслуговування 5) Збільшення рівня безробіття
S(Socio-Cultural):	**T(Technological):**
1) Рівень заробітної плати. Мотивація трудової діяльності та її значимість 2) Імідж підприємства на ринку роздрібної торгівлі 3) Рівень освіти працівників	1) Інновації, що стосуються логістичних процесів 2) Інші технологічні інновації 3) Вимоги до кваліфікації працівників

Джерело: [13]

ляють чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Проведемо аналіз впливу чинників зовнішнього середовища на логістичні процеси підприємства ТОВ «Совтрансавто-Київ».

За результатами проведеного SWOT-аналізу встановлюємо, що ТОВ «Совтрансавто-Київ» має низку сильних сторін і можливостей на транспортному ринку України. SWOT-аналіз дав змогу встановити, що найбільш значущими та ймовірними виявилися можливості розширення частки ринку та вдосконалення маркетингових комунікацій.

Для більш детального дослідження чинників зовнішнього середовища слід побудувати матрицю PEST-аналізу (табл. 2), за допомогою якої визначимо напрями впливу чинників зовнішнього середовища на логістичні процеси ТОВ «Совтрансавто-Київ».

Неможливо передбачити політичні події в Україні. Це веде до збільшення ризиків для бізнесу та зменшення інвестицій у розвиток компаній, у тому числі й для ТОВ «Совтрансавто-Київ». Політична нестабільність та непередбачуваність в Україні вкрай негативно впливають на розвиток управління логістикою в компанії.

Після розгляду загроз було встановлено, що:

– критичний стан компанії може призвести до поліпшення технологічних можливостей конкурентів та переходу споживачів до них;

– руйнування компанії або її вихід із галузі може бути спричинений нестабільною тарифною політикою, що зумовлена державним регулюванням тарифів на загальнодоступні транспортні послуги та постійною потребою у великих інноваційних інвестиціях.

Розроблена стратегія повинна мати на меті оптимізувати використання запропонованих навичок та забезпечити максимально можливий захист від загроз.

Висновки з проведеного дослідження. Для подолання низки негативних тенденцій у процесі управління логістикою ТОВ «Совтрансавто-Київ» пропонуємо запровадити на підприємстві систему логістичного контролю, яка дасть змогу: координувати управлінську діяльність для досягнення логістичних цілей ТОВ «Совтрансавто-Київ»; надавати інформаційно-консультаційну підтримку управлінським рішенням щодо логістичних процесів у ТОВ «Совтрансавто-Київ»; створити та гарантувати єдину інформаційну систему управління логістикою ТОВ «Совтрансавто-Київ»; забезпечити раціональність процесу управління; зберігати ефективне управління в логістичних процесах компанії. Для ефективної логістичної діяльності та чіткого визначення відповідальності в компанії ТОВ «Совтрансавто-Київ» необхідно створити спеціальний структурний підрозділ – відділ логістичного контролю. На цьому підприємстві найбільш доцільно здійснювати організацію управління логістикою штабів, тобто пряму звітність перед керівництвом підприємства. Відкриття відділу контролю логістики ТОВ «Совтрансавто-Київ» дасть змогу: координувати логістичну діяльність для досягнення цілей ТОВ «Совтрансавто-Київ»; надавати інформаційно-консультативну підтримку для управлінських рішень, пов'язаних із логістичними процесами; ефективно планувати логістичну діяльність компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю «Совтрансавто-Київ». Загальні відомості : вебсайт. URL: https://clarity-project.info/edr/41073714 (дата звернення: 15.07.2019).

2. Що таке транспортна логістика, основні поняття, сутність і завдання, поради експерта з вибору компанії для перевезення вантажу. BIGENERGY : вебсайт. URL: http://5.45.112.72/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1123-transportna-logistika--shhoce-take-sutnist-ta-zavdannya.html (дата звернення: 15.07.2019).

3. Транспортна логістика : вебсайт. URL: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/logist/2530-transportna-logistika.html (дата звернення: 16.07.2019).

4. Пономаренко В.С., Таньков К.М., Лепейко Т.І. Логістичний менеджмент : підручник. Харків : ІНЖЕК, 2010. 440 с. URL: https://pidruchniki.com/71725/logistika/logistichna_strategiya (дата звернення: 16.07.2019).

5. Транспортування : вебсайт. URL: https://stud.com.ua/14282/logistika/transportuvannya (дата звернення: 16.07.2019).

6. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій. Харків, 2012. URL: https://buklib.net/books/37178/ (дата звернення: 17.07.2019).

7. Досьє ТОВ «Совтрансавто-Київ» : вебсайт. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/41073714/ (дата звернення: 16.07.2019).

8. Ilchenko N. Development strategy for logistics operators in the context of globalization. Contemprorary conditions and trends in enterprise management: strategies, mechanisms, processes. Cracow : Cracow University of Economics, 2015. P. 45–53.

9. Крикавський Є.В. Логістика: основи теорії. Львів : Інтелект-Захід, 2004. 416 с.

10. Крикавський Є.В. Логістика для економістів. Львів : Львівська політехніка, 2004. 448 с.

11. Паласюк Б.М. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи. *Галицький економічний вісник.* 2012. № 3(36). С. 166–170.

12. Вимоги до систем обліку витрат у логістиці : вебсайт. URL: https://studme.com.ua/12631113/logistika/trebovaniya_sistemam_ucheta_izderzhek_logistike.htm (дата звернення: 18.07.2019).

13. Інформація про ТОВ «Совтрансавто-Київ» : вебсайт. URL: https://lardi-trans.com/user/11150201040/ (дата звернення: 18.07.2019).

REFERENCES:

1. *Tovarystvo z obmezhenoyu vidpovidal'nistyu «Sovtransavto-Kyyiv». Zahal'ni vidomosti* [Sovtransavto-Kyiv, Limited Liability Company. General information]. Available at: https://clarity-project.info/edr/41073714 (accessed 15 July 2019).

2. *Shcho take transportna lohistyka, osnovni ponyattya, sutnist' i zavdannya, porady eksperta z vyboru kompaniyi dlya perevezennya vantazhu* [What is transport logistics, basic concepts, essence and tasks, expert advice on choosing a company for freight]. BIGENERGY. Available at: http://5.45.112.72/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1123-transportna-logistika--shho-ce-take-sutnist-ta-zavdannya.html (accessed 15 July 2019).

3. *Transportna lohistyka* [Transportation Logistics]. Available at: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/logist/2530-transportna-logistika.html (accessed 16 July 2019).

4. Ponomarenko V.S., Tankov K.M., Lepeyko T.I. (2010) *Lohistychnyy menedzhment: pidruchnyk* [Logistics management: a textbook]. Kharkiv: INZHEK. Available at: https://pidruchniki.com/71725/logistika/logistichna_strategiya (accessed 16 July 2019).

5. *Transportuvannya* [Transportation]. Available at: https://stud.com.ua/14282/logistika/transportuvannya (accessed 16 July 2019).

6. Lavrova Y.V. (2012) *Ekonomika pidpryyemstva ta marketynh: konspekt lektsiy* [Business Economics and Marketing: lecture lecture]. Kharkiv. Available at: https://buklib.net/books/37178/ (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)

7. *Dos'ye TOV «Sovtransavto-Kyyiv»* [Sovtransavto-Kyiv LLC file]. Available at: https://youcontrol.com/en/catalog/company_details/41073714/ (accessed 16 July 2019).

8. Ilchenko N. Development strategy for logistics operators in the context of globalization. Contemproverse conditions and trends in enterprise management: strategies, mechanisms, processes. Cracow: Cracow University of Economics, 2015. P. 45–53.

9. Krykavsky Y.V. (2004) *Lohistyka: osnovy teoriyi* [Logistics: The Basics of Theory]. Lviv: Intellect-West. (in Ukrainian)

10. Krykavsky Y.V. (2004) *Lohistyka dlya ekonomistiv* [Logistics for economists]. Lviv: View. Nat. Univ. Lviv Polytechnic. (in Ukrainian)

11. Palasyuk B.M. (2012) *Lohistychne upravlinnya pidpryyemstvom: sutnist' i osnovni pryntsypy* [Logistic management of the enterprise: essence and basic principles]. *Galician Economic Bulletin*, no. 3(36), pp. 166-170.

12. *Vymohy do system obliku vytrat u lohistytsi* [Logistics Cost Accounting Requirements]. Available at: https://studme.com.ua/12631113/logistika/trebovaniya_sistemam_ucheta_izderzhek_logistike.htm (accessed 18 July 2019)

13. *Informatsiya pro TOV «Sovtransavto-Kyyiv»* [Information about Sovtransavto-Kyiv LLC]. Available at: https://lardi-trans.com/user/11150201040/ (accessed 18 July 2019).

Yevtushenko Ganna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing, Management and Entrepreneurship
V.N. Karazin Kharkiv National University
Kulinich Anna
Student
V.N. Karazin Kharkiv National University

MODERN CONCEPT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEMS

The purpose of the article. In today's market, the optimal and efficient delivery of goods is one of the priority areas for reducing the costs of industrial enterprises, trading companies and services. In this regard, transportation services, including freight transport, have firmly occupied a niche in the current economy, and the freight forwarding company has become a desirable partner for any major manufacturer or supplier. At the same time, many specific issues in this area require further analysis, such as the study of the peculiarities of forming a network of multimodal transport and logistics centers in the context of increasing attractiveness of transport potential. The main tasks of transport logistics are to create transport chains, which will be used for the transportation of goods in the future. The purpose is to reveal the economic nature and structure of logistic activity and tendencies of development of transport services of modern Ukraine. The purpose of the article is to reveal the economic nature and structure of logistic activity and tendencies of development of transport services of modern Ukraine. It is also necessary to study the development of transport and logistics infrastructure of Ukraine and to justify its prospects for development.

Methodology. To achieve this goal, a logical, deductive method of research, method of synthesis and analysis were used.

Results. To overcome a number of negative trends in the logistics management process, Sovtransavto-Kyiv LLC I propose to introduce a system of logistic control at the enterprise. The inability to predict the development of political events in Ukraine leads to increased risks of doing business and reducing the volume of investments in the development of enterprises, including LLC "Sovtransavto-Kyiv". Political instability and unpredictability of Ukraine are extremely damaging to the development of logistical management at the enterprise.

After positioning the threats, it was found that:

– the critical condition of the enterprise can lead to the improvement of technological capabilities of competitors or the transition of consumers to services of competitors;

– the destruction of the enterprise or its exit from the industry can be caused by inflexible tariff policy due to the state regulation of tariffs for publicly available restaurant services and the constant need for large innovative investments. The strategy developed should aim at maximizing the use of the opportunities provided and the maximum possible protection against threats.

Practical implications. In today's market, one of the priority areas for reducing the costs of industrial enterprises, trading companies and services is the optimal and efficient delivery of goods. In Ukraine, the major transport companies have a high degree of business development due to the fact that they are introducing an integrated management tool called logistics. Thanks to the provision of such services, the transport company, first of all, provides for its client an operational organization of delivery of cargo, and secondly, expands its branch of work as a carrier. Transportation services turned into freight forwarding services. The latter and the logistics company are no longer entities in the field of freight transportation. They are manufacturers of a wide range of logistics services in the complex. The organization of road transport, delivery of goods by sea, air and rail, transportation of groupage cargo and warehousing are all types of services that today include logistics. Organizationally-coordinated, designed to streamline traffic flows and allow manufacturers or suppliers to be exempted from performing time-consuming operations – this is all a characteristic of transport logistics.

Value/originality. In our work we considered the principles of operation of transport systems and logistics companies. The economic nature and structure of logistics activities and trends in the development of transport services in present-day Ukraine were revealed.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

INFORMATION PROVISION OF AN ENTERPRISE ACTIVITY PLANNING

УДК 65.012.2:65.012.45
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-27

Костецька Н.І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та економічної теорії
Тернопільський національний економічний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти інформаційного забезпечення планування діяльності підприємств у сучасних умовах. Досліджено роль інформаційного забезпечення та інформації у процесі планування. Визначено потрібну під час планування діяльності підприємства інформацію про зовнішнє макро- і мікросередовище, а також про стан внутрішнього середовища. Розглянуто друковані, електронні та змішані джерела отримання інформації. Встановлено, що для потреб планування інформація повинна відповідати певним вимогам, які характеризуються такими властивостями, як час, зміст і форма. Акцентовано на необхідності отримання інформації про минуле, теперішнє та майбутнє для планування перспективної діяльності підприємства. Досліджено особливості надходження та переміщення планової інформації на підприємстві. Запропоновано заходи для поліпшення інформаційного забезпечення планування діяльності сучасних підприємств.

Ключові слова: *планування, інформаційне забезпечення, інформація, джерела інформації, процес планування.*

В статье рассмотрены теоретические аспекты информационного обеспечения планирования деятельности предприятий в современных условиях. Исследована роль информационного обеспечения и информации в процессе планирования. Определена необходимая при планировании деятельности предприятия информация о внешней макро- и микросреде, а также о состоянии внутренней среды. Рассмотрены печатные, электронные и смешанные источники получения информации. Установлено, что для нужд планирования информация должна соответствовать определенным требованиям, которые характеризуются такими свойствами, как время, содержание и форма. Акцентировано на необходимости получения информации о прошлом, настоящем и будущем для планирования перспективной деятельности предприятия. Исследованы особенности поступления и перемещения плановой информации на предприятии. Предложены меры для улучшения информационного обеспечения планирования деятельности современных предприятий.

Ключевые слова: *планирование, информационное обеспечение, информация, источники информации, процесс планирования.*

The article deals with theoretical aspects of information provision of an enterprise activity planning in modern conditions. The role of information provision and information in the planning process has been investigated. The information about external and internal environment necessary for the planning of the enterprise activity has been determined. It has been mentioned that information about the macro environment is useful for understanding the processes that occur at the macro level and affect the development of enterprises. Political, economic, social, technological, international and environmental factors that are taken into account in the study of the macro-environment impact on the enterprises activities. It has been emphasized that the microenvironment reflects the industry and market conditions for the production and economic activity of enterprises. The presence of relevant information about the status and trends of development of relationship between the enterprise and suppliers of raw materials, intermediaries, consumers, competitors and other entities within the microenvironment is an important prerequisite for effective planning. It has been emphasized that the internal environment of the enterprise directly and constantly influences the efficiency and results of its functioning. Information obtained as a result of the environment analysis is the basis for planning. It has been mentioned the necessity of information about availability of relevant human resources, organization of management activity, production processes, marketing activity, financial and accounting aspects. Printed, electronic and mixed sources of information have been considered. It has been established that information for planning purposes must meet certain requirements, characterized by such properties as time, content and form. It has been emphasized on the necessity to get information about the past, present and future in order to plan prospective activities of the enterprise. The peculiarities of receiving and circulating information for planning at the enterprise have been investigated. Measures for improving information provision for modern enterprises activity planning have been suggested.

Key words: *planning, information provision, information, sources of information, planning process.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економічних відносин інформаційне забезпечення відіграє важливу роль і значною мірою впливає на прийняття рішень та результати будь-якої діяльності. Планування діяльності підприємства як процес передбачає проходження низки послідових етапів. Кожен етап має певну значущість для досягнення кінцевої мети планування – розроблення системи планів на визначений період. Проте відсутність належного інформаційного забезпечення є вагомою перешкодою. Без доступу до потрібних інформаційних джерел і необхідної інформації неможливо визначити загальну мету планування, здійснити постановку та дослідження проблеми, встановити конкретні деталізовані цілі, виявити альтернативні можливості, прогнозувати майбутній розвиток подій, оцінити альтернативи, прийняти планове рішення, розробити проект реалізації планування, контролювати виконання планів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні особливості інформаційного забезпечення функціонування підприємств перебували в полі зору багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Питання інформаційного забезпечення планування діяльності підприємств досліджували О.М. Вольська, О.Я. Лотиш, Н.С. Миколайчук, О.М. Олійниченко, Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб та інші науковці. Зокрема, О.М. Олійниченко [1] вивчала теоретичні основи інформаційного забезпечення управління підприємством і можливості використання системи збалансованих показників як інструменту планування діяльності на всіх рівнях управління. Г.М. Тарасюк [2] досліджувала сутність

інформаційних ресурсів у сфері планування, визначила користувачів планової інформації та запропонувала механізм забезпечення їхніх потреб. О.Я. Лотиш [3] звертала увагу на необхідність розвивати інформаційні системи із створенням корпоративних інформаційних мереж і застосовувати інформаційний аудит. О.М. Вольська і Н.С. Миколайчук [4] розглядали вплив інформаційного забезпечення на ефективне застосування методів планування та прогнозування під час вибору стратегії переходу до сталого розвитку підприємства.

Отже, дослідження наукових публікацій свідчить про важливість, актуальність і багатогранність питання інформаційного забезпечення планування діяльності для розвитку сучасних підприємств, а також підтверджує необхідність подальшого вивчення відповідно до змін, які відбуваються в умовах розвитку економічних відносин. Створення можливостей для ефективного функціонування системи планування діяльності підприємства значною мірою залежить від рівня інформаційного забезпечення, що полягає у своєчасному поданні управлінському та плановому персоналу необхідної інформації для виконання функції планування. Для цього необхідно визначити потрібну для таких цілей інформацію, її характерні особливості, порядок отримання та використання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей інформаційного забезпечення, необхідного для ефективного функціонування системи планування діяльності підприємств у сучасних умовах. Для досягнення цієї мети слід вирішити такі завдання: визначити інформацію, потрібну під час планування діяльності підприємств; розглянути джерела формування інформації; виокремити властивості інформації, вагомі для потреб планування; дослідити особливості надходження та переміщення інформації на підприємствах; запропонувати заходи для поліпшення інформаційного забезпечення планування діяльності сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційне забезпечення значною мірою впливає на всі виробничо-господарські та економічні процеси, що відбуваються на підприємстві, в усіх структурних підрозділах та під час взаємодії із іншими суб'єктами ринкових відносин.

Взаємозв'язок планування й інформації виявляється в тому, що в процесі планування здійснюється контроль за самою інформацією, яка, у свою чергу, є основою для проведення планування. Збільшення потоків зовнішньої та внутрішньої інформації часто призводить до надлишковості цієї інформації, а відтак – до необхідності належного її відбору [2, с. 263].

Загалом інформація – це документовані або публічно оголошені в чіткій системі відомості про стан подій чи явищ, що відбуваються в суспільстві, державі, природному середовищі та зовнішньому світі [5, с. 64]. Інформація – це особливий вид знання, що має корисність для кінцевого споживача [1]. Такі тлумачення є узагальненими і стосуються різних сфер діяльності. Проте є необхідність у вивченні спеціальної інформації відповідно до потреб, для яких її використають. У контексті планування діяльності підприємства інформацію розглядають як знання, необхідні для підготовки цілеспрямованих дій, важливий елемент для прийняття рішень [6, с. 16]. Зважаючи на те, що планування вважають однією із функцій управління, необхідну інформацію, відповідно, вважають управлінською. Управлінська інформація – це знання, яке становить корисність для осіб, що приймають рішення, і є важливим стратегічним ресурсом [1]. До інформації належать усі види відомостей, повідомлень (усні, письмові, графічні тощо) і знань, потрібних для реалізації функцій управління [5, с. 66].

Під час планування діяльності підприємства виникає необхідність у інформації про стан зовнішнього середовища, в якому працює підприємство, а також в інформації про особливості виробничо-господарської діяльності конкретного підприємства, що залежать від розміру, галузевої приналежності, кваліфікації персоналу, бачення перспектив розвитку керівництвом, конкурентоспроможності продукції, досвіду функціонування на певних ринках тощо. Постійні зміни, які відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищах, вимагають своєчасного отримання актуальної інформації та врахування її під час планування діяльності підприємства.

Інформація про стан зовнішнього макросередовища необхідна для розуміння процесів, які відбуваються на макрорівні і впливають на підприємства. Фактори цього середовища зазвичай діють опосередковано, але підприємства змушені пристосовуватися до змін, не маючи змоги впливати на них. Під час дослідження впливу макросередовища на діяльність промислових підприємств аналізують політичні, економічні, соціальні, технологічні, міжнародні та екологічні фактори. Тому під час планування діяльності підприємства необхідно володіти такою інформацією, як:

– рівень політичної стабільності держави, розвиток правового регулювання економіки, тенденції та зміни, які відбуваються на ринку праці, державний контроль і регулювання діяльності підприємств, межі державного впливу на галузь, до якої належить підприємство;

– тенденції розвитку економічних процесів, кон'юнктура національного ринку, платоспроможність підприємств, рівень економічної підтримки вітчизняних підприємств чи галузей промисловості, система оподаткування, стабільність національної валюти, стан фондового ринку, рівень зайнятості та безробіття;

– структура суспільства, демографічні зміни, мінливість суспільних цінностей і установок людей, наявність робочої сили та її кваліфікація, соціальна захищеність населення, діяльність профспілок та їхній вплив на формування суспільної думки;

– рівень розвитку технологій і можливості виникнення нових технологічних розробок, науково-технічні вимоги до забезпечення конкурентоспроможності технології виробництва й кінцевої продукції, виникнення нових галузей та їхня конкурентоспроможність, зміни в технології збору, обробки й передачі інформації, нові засоби зв'язку;

– міжнародна конкуренція, вплив міжнародних і регіональних організацій на розвиток певних галузей промисловості, зміна політичного й економічного курсу в інших державах з метою захисту їхніх внутрішніх ринків, міжнародні інвестиції;

– екологічна політика держави, правове регулювання екологічних питань, рівень забруднення навколишнього середовища, взаємовплив виробництва й екологічного стану в країні.

Зовнішнє мікросередовище відображає галузеві та ринкові умови здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства. Його називають бізнес-середовищем, фактори якого безпосередньо впливають на підприємство. Проте під час взаємодії із суб'єктами цього середовища підприємство також може здійснювати певний вплив. Наявність достовірної інформації про стан і тенденції розвитку відносин підприємства із постачальниками сировинних ресурсів, посередниками, споживачами товарів, конкурентами й іншими суб'єктами в межах мікросередовища є важливою передумовою забезпечення ефективного планування. Тому для планування діяльності підприємства потрібна така інформація:

– кількість постачальників та їхня значущість для підприємства, відповідність сировинних ресурсів стандартам якості, ціни і своєчасність постачання потрібних ресурсів, надійність постачальників та їхня здатність впливати на умови співпраці із підприємствами-виробниками;

– величина попиту на продукцію, поведінка споживачів залежно від їхніх особистісних характеристик і належності до певної соціальної групи, зміна смаків та уподобань, здатність споживачів диктувати свої умови;

– рівень конкуренції між виробниками однотипних товарів, ціни на товари конкурентів, якісні характеристики й унікальність продукції, рівень обслуговування, способи просування товарів на ринку, сильні й слабкі сторони конкурентів;

– наявність товарів-замінників на ринку, ціни та якісні характеристики таких товарів, рівень витрат споживачів на перевірку якості й переключення на нові товари-замінники;

– імовірність появи на ринку новостворених підприємств, а також нових конкурентів із числа підприємств, які швидкими темпами нарощують обсяги виробництва та розширюють свою частку на ринку, функціонують на географічно близьких ринках і мають можливості для подальшого розширення, розвиваються у суміжних галузях та прагнуть розпочати горизонтальну чи вертикальну диверсифікацію.

Внутрішнє середовище підприємства безпосередньо і постійно впливає на ефективність і результати його функціонування. Інформація, отримана у процесі аналізу цього середовища, є основою для планування поточної діяльності та перспективного розвитку підприємства. Це середовище, хоча й перебуває під постійним контролем, також змінюється під впливом багатьох зовнішніх і внутрішніх факторів. Для дієвого функціонування системи планування діяльності підприємства важливо володіти інформацією про забезпеченість відповідними людськими ресурсами, рівень організації управлінської діяльності, виробничі процеси, маркетингову діяльність, фінансовий і бухгалтерський аспекти. Тому під час дослідження внутрішнього середовища підприємства є необхідність у такій інформації, як:

– кадрова політика підприємства, кваліфікація та досвід роботи різних категорій персоналу, системи оплати праці, системи мотивації, плинність кадрів на підприємстві;

– організаційна структура підприємства, професіоналізм та інтереси управлінського персоналу, організація взаємодії різних структурних підрозділів підприємства, рівень налагодженості системи комунікацій і можливостей для оперативного обміну інформацією, психологічний клімат у колективі, організаційна культура;

– територіальне розміщення підприємства та його структурних підрозділів, якість і умови постачання необхідних сировинних ресурсів, організація матеріально-технічного забезпечення виробництва, виробничі потужності та їх завантаженість, контроль технологічного процесу та якості готової продукції, рівень і структура витрат на виробництво, інноваційна діяльність;

– маркетингові дослідження ринку товарів, наявність зворотного зв'язку із ринком, частка підприємства на ринку, можливості для розширення за рахунок виходу на ринок із новими товарами й освоєння нових ринків, номенклатура та асортимент продукції підприємства, стадії життєвого циклу основних товарів, цінова і рекламна політика, канали розподілу й стимулювання збуту, ставлення споживачів до торгової марки, імідж підприємства та його товарів;

– вартість і структура капіталу підприємства, можливості залучення додаткового капіталу на короткострокових чи довгострокових умовах, особливості використовуваних фінансових стратегій та управління витратами, бюджетування, планування прибутку, можливі альтернативні стратегії.

Отже, для потреб планування необхідна різна за змістом інформація, що характеризується різними джерелами формування і надходження. Вагома роль у своєчасному інформаційному забезпеченні системи планування належить наявності доступу керівників та планового персоналу підприємства до відповідних джерел інформації. Джерела інформації можуть бути друковані (періодичні та неперіодичні видання), електронні (інтернет, телебачення, радіо), недруковані й змішані (спеціальні рукописні матеріали та науково-технічна документація, реклама, виставки і конференції, консультаційні послуги, статистична державна та відомча інформація, чутки, приватні бесіди тощо). Для збору інформації про стан зовнішнього середовища використовують періодичні газети й журнали, книги, наукові видання, дані офіційної статистики, результати наукових досліджень та галузевих конференцій, ділові звіти, протоколи професійних зборів, засідання директорів, анкетування клієнтів і споживачів, відомості, отримані від працівників підприємства та друзів, а також інші джерела. Під час дослідження внутрішнього середовища джерелами отримання інформації є статистичні, бухгалтерські, фінансові й управлінські звіти підприємства, протоколи засідань, ділові відповіді, ділове листування, доповідні записки, анкетування керівників середньої ланки і співробітників підприємства, висновки, зроблені на основі особистого досвіду, та інші джерела.

Для забезпечення функціонування системи планування є потреба в інформації, яка відповідає певним вимогам. Загалом корисність інформації оцінюють за такими властивостями, як час, зміст та форма (табл. 1).

Виходячи із узагальнених властивостей інформації, доцільно виділити саме ті аспекти, що стосуються потреб системи планування, зокрема процесу планування, метою якого є прийняття планового рішення, а також впровадження запланованих дій і заходів. Стосовно часових властивостей інформації для здійснення планування, вона повинна надходити оперативно із місць її виникнення до користувачів. Інформацію потрібно регулярно оновлювати під впливом поточних змін та періодично порівнювати із нормативними й плановими показниками на відповідних етапах планування і реалізації планів.

Якість інформації для забезпечення планування діяльності підприємства за змістовими властивостями полягає у дотриманні високого ступеня точності під час накопичення, опрацювання та передавання інформації, яка повинна бути не лише достовірною й правдивою, але й актуально та своєчасно задовольняти потребу планового персоналу під час визначення планових цілей і шляхів їх досягнення на підприємстві. У процесі планування перспективної діяльності інформація повинна у повному обсязі відображати поточну ситуацію, вказуючи на системні взаємозв'язки між усіма аспектами виробничо-господарської діяльності підприємства й навколишнього зовнішнього середовища. Не досить повна вихідна інформація для потреб планування негативним чином вплине на результати реалізації планів. Представляючи інформацію для потреб планування, потрібно відсіювати непотрібне та зайве, зосереджуючись на ретельному структуруванні важливого і необхідного.

Корисні властивості інформації щодо форми її представлення у процесі планування полягають у дотриманні чіткості під час надання інформації, тобто зрозумілого подання конкретних даних про досліджувані з позиції планування об'єкти, суб'єкти чи процеси. Під час складання планів та їх реалізації використовувана інформація повинна детально характеризувати усі аспекти питання, яке перебуває у полі зору плановиків. Для зручності використання інформації необхідно унаочнено подавати потрібні дані й за допомогою

Таблиця 1

Характеристика властивостей інформації

Властивість інформації		Характеристика властивості
Час	оперативність	своєчасне і швидке отримання інформації відповідно до наявних актуальних потреб
	перманентність	постійне оновлення інформації згідно з поточними змінами
	періодичність	отримання об'єктивної інформації про досягнення певних показників, тактичних і стратегічних цілей розвитку підприємства
Зміст	точність	достовірність і правдивість інформації, а також відсутність помилок при зборі, обробці чи передачі інформації
	актуальність	інформація повинна бути узгоджена із цілями, для яких підготовлена, та відповідати потребам користувачів
	повнота	системний підхід до отримання необхідної інформації
	стислість	відбір лише потрібної інформації, чітке її структурування та відкидання зайвого
Форма	чіткість	забезпечення конкретності та зрозумілості інформації для користувачів
	детальність	інформація повинна всебічно охоплювати усі аспекти проблеми чи потреби, для вирішення яких її готують
	показовість	наочне представлення інформації для зручності використання, її формалізованість

Джерело: складено автором на основі [5, с. 64; 7, с. 80]

табличного чи графічного представлення забезпечувати потрібну показовість.

Інформація, необхідна для планування перспективної діяльності підприємства, повинна охоплювати дані про минуле, теперішнє та майбутнє. Ретроспективну інформацію накопичують за попередні роки і застосовують періодично під час дослідження динаміки показників, визначення тенденцій розвитку підприємства і впливу факторів зовнішнього середовища, стратегічного планування та прийняття стратегічно важливих рішень. Така інформація також буде корисною під час вирішення непередбачуваних ситуацій, коли є можливість проаналізувати минулий досвід і альтернативи вирішення подібних проблем. Оперативна інформація пов'язана із систематичною виробничо-господарською діяльністю підприємства й надходить регулярно після виконання конкретних завдань. Зазвичай її застосовують для поточного планування та досягнення короткострокових цілей на наступних етапах. Проте інколи оперативна інформація може бути використана під час вирішення непередбачуваних ситуацій, які є наслідком надзвичайних подій і вимагають швидкої та адекватної реакції на такі зміни [7, с. 80–81]. Інформація про розвиток підприємства у майбутньому може бути отримана у результаті складання прогнозу. Прогнозування майбутньої діяльності здійснюють на основі інформації за попередні періоди, використовуючи різні методи. Значення прогнозів основних показників можуть бути оптимістичні, песимістичні й реалістичні. Інформацію про можливий стан зовнішнього і внутрішнього середовища, отриману в процесі прогнозування, використовують для планування перспективної діяльності підприємства.

Особливості надходження та переміщення інформації в межах підприємства перебувають у полі зору керівництва, але, окрім управлінського персоналу, до цього залучають плановиків та інших працівників підприємства, діяльність яких пов'язана із певною інформацією. Процес збирання, обробки і передачі інформації для потреб планування на підприємстві реалізовують за допомогою відповідних інформаційних потоків. У загальному розумінні інформаційні потоки є сукупністю циркулюючих на підприємстві відомостей, необхідних для підготовки, прийняття та контролю реалізації управлінського рішення. Такі відомості можуть існувати у вигляді усних повідомлень і паперових або електронних документів, які на практиці сформовані у систему усного інформування (у формі доповідей, засідань, нарад, бесід з підлеглими, консультантами тощо), систему паперового документообігу та комп'ютеризовану (автоматизовану) інформаційну систему відповідно [8, с. 39]. Для організації таких потоків на підприємстві застосовують спеціальні технології. У процесі впровадження комп'ютерної та телекомунікаційної технологій важливе значення має наявність необхідного технічного та програмного забезпечення. Проте під час використання письмових технологій, усного інформування у формі доповідей, засідань, нарад, бесід з підлеглими чи консультантами провідна роль належить людському фактору. Якість інформаційного забезпечення планування значною мірою залежить від узгодженості інформаційних потоків із особливостями організаційної структури підприємства.

Для поліпшення інформаційного забезпечення та досягнення мети планування діяльності підприємства необхідно:

– створити можливості для отримання необхідної та достовірної інформації;

– оптимізувати процес збору й обробки інформації;

– сприяти оптимальній і своєчасній передачі інформації між підрозділами підприємства та працівниками відповідно до потреб системи планування;

– узгодити функції керівництва, окремих підрозділів чи працівників у контексті інформаційного забезпечення підприємства;

– встановити права доступу чи обмеження щодо використання інформації для потреб планування діяльності підприємства, а також реалізації затверджених планів;

– створити умови для своєчасного надання об'єктивної інформації про поточні та оперативні зміни, що відбуваються на підприємстві та у різних структурних підрозділах;

– забезпечити інформаційну прозорість,

– розробити запобіжні заходи щодо втрати інформації;

– забезпечити контроль за функціонуванням інформаційного середовища підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Інформаційне забезпечення суттєво впливає на усі процеси, що відбуваються на підприємстві, та вимагає належного представлення потрібної інформації для ефективного функціонування системи планування діяльності підприємства. Досягнути мети планування можна лише у разі своєчасного використання достовірної інформації, що відповідає за змістом і формою встановленим вимогам. Інформаційне забезпечення керівників та плановиків про стан зовнішнього й внутрішнього середовища дає змогу адекватно оцінити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити можливості та загрози для майбутнього розвитку, порівняти потенціал підприємства із конкурентами, а також є підґрунтям для планування перспективної діяльності підприємства.

Поліпшення інформаційного забезпечення сприятиме удосконаленню функціонування системи планування, позитивно впливатиме на результативність процесу планування і дасть змогу підвищити ефективність діяльності вітчизняних підприємств у сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Олійниченко О.М. Управлінська інформація в системі планування та оцінки діяльності підприємства. URL: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/15243-Upravl%D1%96nska_%D1%96nforma%D1%81%D1%96ja_v_/1.html (дата звернення: 18.02.2019).

2. Тарасюк Г.М. Користувачі планової інформації та механізм забезпечення їх потреб. *Вісник ЖДТУ*. 2006. № 2(36). С. 254–264.

3. Лотиш О.Я. Удосконалення інформаційної бази процесу планування. Економіка підприємства: теорія та практика: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 13–14 березня 2008 р.). Київ: КНЕУ, 2008. С. 154–156. URL: https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/18071 (дата звернення: 25.10.2019).

4. Вольська О.М., Миколайчук Н.С. Інформаційне забезпечення як інструмент прогнозування та планування переходу до сталого розвитку підприємства. *Економічні інновації*. 2013. Вип. 54. С. 34–42.

5. Бутко М.П., Бутко І.М., Мащенко В.П. та ін. Теорія прийняття рішень: підручник / за заг. ред. Бутка М.П. К.: Центр учбової літератури, 2015. 360 с.

6. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. Київ : Каравела, 2011. 352 с.

7. Костецька Н.І. Передумови впровадження системи планування діяльності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2019. № 2(43). С. 78–84.

8. Олійниченко О.М. Інформаційне забезпечення як важлива складова частина процесу підготовки, прийняття та контролю реалізації управлінського рішення на підприємстві. *Економіка харчової промисловості*. 2010. № 3. С. 38–42.

REFERENCES:

1. Oliinychenko O.M. Upravlinska informatsiia v systemi planuvannia ta otsinky diialnosti pidpryiemstva [Information for management in the system of planning and appraisal a system activity of the enterprises]. Available at: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/15243-Upravl%D1%96nska_%D1%96nforma%D1%81%D1%96ja_v_/1.html (accessed 18 February 2019).

2. Tarasiuk H.M. (2006) Korystuvachi planovoi informatsii ta mekhanizm zabezpechennia yikh potreb [Users of planned information and mechanism for meeting their needs]. *Visnyk ZhDTU*, no 2(36), pp. 254–264.

3. Lotysh O.Ya. (2008) Udoskonalennia informatsiinoi bazy protsesu planuvannia [Improving information base of the planning process]. Enterprise economics: theory and practice: Proceedings of the Second International Scientific and Practical Conference (Kyiv, March 13–14, 2008). Kyiv: KNEU, pp. 154–156. Available at: https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/18071 (accessed 25 October 2019).

4. Volska O.M., Mykolaichuk N.S. (2013) Informatsiine zabezpechennia yak instrument prohnozuvannia ta planuvannia perekhodu do staloho rozvytku pidpryiemstva [Information support as a tool for forecasting and planning the transition to sustainable enterprise development]. *Economic innovations*, vol. 54, pp. 34–42.

5. Butko M.P., Butko I.M., Mashchenko V.P. et al. (2015) Teoriia pryiniattia rishen [Decision-making theory], textbook, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Tarasiuk H.M. and Shvab L.I. (2011) Planuvannia diialnosti pidpryiemstva [Planning an enterprise activity], tutorial. Kyiv: Karavela, 352 p. (in Ukrainian)

7. Kostetska N.I. (2019) Peredumovy vprovadzhennia systemy planuvannia diialnosti pidpryiemstva [Prerequisites for implementing the system of enterprise activity planning]. *Sustainable development of economy*, no 2(43), pp. 78–84.

8. Oliinychenko O.M. (2010) Informatsiine zabezpechennia yak vazhlyva skladova protsesu pidhotovky, pryiniattia ta kontroliu realizatsii upravlinskoho rishennia na pidpryiemstvi [Information provision as an important component of the process of preparing, adopting and controlling the implementation of management decision at an enterprise]. *Food industry economics*, no. 3, pp. 38–42.

Kostetska Nataliia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Economic Theory
Ternopil National Economic University

INFORMATION PROVISION OF AN ENTERPRISE ACTIVITY PLANNING

The purpose of the article. Information provision plays an important role and greatly influences the enterprise activity planning in current economic conditions. All stages of the planning process are important for achievement of the ultimate goal. However, the lack of proper information provision is a significant barrier. It is impossible to determine the overall planning objectives, to identify and analyse the problem, to set a certain goals, to identify alternative opportunities, to predict future development, to evaluate alternatives, to make a planning decision, to develop a project of planning implementation, to control the implementation of plans without access to necessary references.

The level of information provision consists on timely submission of necessary information to management and planning staff. It greatly effects the possibility of effective firm's planning activity functioning. Therefore, it is necessary to determine the information for such purposes, its peculiarities, the procedure of its receiving and usage.

Methodology. The article uses general scientific methods of research such as grouping, systematization, comparison, theoretical generalization, abstract and logical methods.

Results. The article deals with theoretical aspects of information provision of an enterprise activity planning in modern conditions. The role of information provision and information in the planning process has been investigated. The information about external and internal environment necessary for the planning of the enterprise activity has been determined. It has been mentioned that information about the macro environment is useful for understanding the processes that occur at the macro level and affect the development of enterprises. Political, economic, social, technological, international and environmental factors that are taken into account in the study of the macro-environment impact on the enterprises activities. It has been emphasized that the microenvironment reflects the industry and market conditions for the production and economic activity of enterprises. The presence of relevant information about the status and trends of development of relationship between the enterprise and suppliers of raw materials, intermediaries, consumers, competitors and other entities within the microenvironment is an important prerequisite for effective planning. It has been emphasized that the internal environment of the enterprise directly and constantly influences the efficiency and results of its functioning. Information obtained as a result of the environment analysis is the basis for planning. It has been mentioned the necessity of information about availability of relevant human resources, organization of management activity, production processes, marketing activity, financial and accounting aspects. Printed, electronic and mixed sources of information have been considered. It has been established that information for planning purposes must meet certain requirements, characterized by such properties as time, content and form. It has been emphasized on the necessity to get information about the past, present and future in order to plan prospective activities of the enterprise. The peculiarities of receiving and circulating information for planning at the enterprise have been investigated. Measures for improving information provision for modern enterprises activity planning have been suggested.

Practical implications. The results of the research aim to increase the efficiency of the enterprise activity planning through the establishing appropriate information provision and can be used for implementing the system of enterprise activity planning in the current economic conditions.

Value/originality. The study substantiates the necessity of creating proper information provision for implementing and ensuring effective system of enterprise activity planning.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

INFORMATION AND ANALYTICAL PROVISION OF AN ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF THE ENTERPRISE

УДК 338.24
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-28

Латишева О.В.
к.е.н., старший викладач
кафедри економіки підприємства
Донбаська державна
машинобудівна академія
Підгора Є.О.
к.т.н., доцент кафедри
економіки підприємства
Донбаська державна
машинобудівна академія
Кіріллова М.М.
студентка
Донбаська державна
машинобудівна академія

Стаття присвячена проблемі аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання на підставі використання інструментарію моделювання бізнес-процесів. Наведена процедура застосування методології функціонального моделювання і графічного представлення процесів нотації IDEF0 (англ. Integration Definition for Function Modeling) для процедури аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання. Складено алгоритм моделювання процедури виконання фінансового аналізу суб'єкта господарювання, для чого наведено діаграму SADT (Structured Analysis and Design Teqnique) та наведена її декомпозиція за основними елементами та етапами. У процесі побудови бізнес-процесу фінансового стану підприємства запропоновані основні етапи процедури виконання фінансового аналізу; визначені атрибути інформаційного забезпечення, а саме: вхідна й вихідна інформація, учасники, терміни виконання, об'єкти й елементи управління.

Ключові слова: *фінансовий стан, фінансовий аналіз, SADT-діаграма, бізнес-процеси, IDEF0.*

Статья посвящена проблеме анализа финансового состояния субъекта хозяйствования на основе использования инструментария моделирования бизнес-процессов. Представлена процедура применения методологии функционального моделирования и графического представления процессов нотации IDEF0 (англ. Integration Definition for Function Modeling) для процедуры анализа финансового состояния субъекта хозяйствования. Составлен алгоритм моделирования процедуры выполнения финансового анализа организации, для чего представлена диаграмма SADT (Structured Analysis and Design Teqnique) и ее декомпозиция по основным элементам и этапам. В процессе построения бизнес-процесса финансового состояния предприятия предложены основные этапы процедуры выполнения финансового анализа; определены атрибуты информационного обеспечения, а именно: входная и выходная информация, участники, сроки выполнения, объекты и элементы управления.

Ключевые слова: *финансовое состояние, финансовый анализ, SADT-диаграмма, бизнесс-процессы, IDEF0.*

Financial analysis of the activity of the enterprise is constantly in the focus of attention of both the enterprise itself and its counterparties: clients, partners, investors and government authorities, etc. Up to date, it has not been totally established the process of automation, monitoring the financial condition of the enterprise. Among the other approaches, the most common is to build business process models in the form of business processes. During the creation of the business- process for the financial condition of the enterprise, it has been proposed the main stages of the financial analysis procedure; it has been determined the attributes of information support such as: input and output information, participants, timing, objects and controls; the SADT – model context diagram of the enterprise financial analysis procedure (level A – 0) was formed and the context diagram decomposition in the A – 0 level IDEF0 standard. A convenient business process modeling tool is the modern free business analytics tool Ramus, which is increasingly recommended for use in the IDEF0 (Functional Modeling) notation of SADT diagrams. The Ramus program in the IDEF0 (functional modeling) notation gives an opportunity to clearly regulate all stages of the financial-analysis procedure state of the enterprise. Built with the help of modern IT software, the model of the financial analysis procedure of the enterprise activity becomes a clear tool for accumulation and dissemination of knowledge about this procedure, which can at least replace the multi-page regulations, since such model fixes the way of performing the procedure (works), it becomes the standard of its execution. It should be noted that any process is much easier to understand with a graphical representation of the model. Managers and subordinates, business analysts and other interested and responsible persons, built model of financial analysis of the enterprise will allow to better understand the essence of this process and the relationship between individual stages, jobs, processes and units, which, in turn, allows to properly form and establish tasks, inputs and outputs, regulations, standards, instructions and other regulatory documentation.

Key words: *financial mill, financial analysis, SADT–diagrams, business processes, IDEF0.*

Постановка проблеми. Необхідність проведення фінансового аналізу діяльності підприємства, об'єктом якого виступає фінансова діяльність суб'єкта господарювання, не викликає сумніву, оскільки моніторинг фінансового стану господарюючих суб'єктів – важливий аналітичний акт як для самого підприємства, так і для його контрагентів, починаючи з клієнтів, партнерів і закінчуючи інвесторами.

Нині остаточно ще не сформована процедура автоматизації процесу моніторингу фінансового стану підприємства та моделювання варіантів його розвитку. Найбільш розповсюдженим підходом, що найчастіше застосовують підприємства у своєї практичній діяльності, є побудова моделей виробничих процесів, які для будь-якого суб'єкта господарювання можна представити під час моделювання у вигляді бізнес-процесів.

Бізнес-процес – це логічний, послідовний, взаємопов'язаний набір заходів, який споживає ресурси постачальника, створює цінність та видає результат покупцю. У структурі бізнес-процесу виділяються: основний бізнес-процес (об'єднує кілька функцій у межах однієї організаційної структури), підпроцес (частина основного процесу, яка виконує специфічну роль у функціонуванні організації), захід (дії, які виконуються в межах підпроцесу) [1].

Спроба перенести досвід побудови моделей бізнес-процесів на процедури моделювання варіантів розвитку діяльності підприємства на підставі результатів аналізу його фінансового стану є, на наш погляд, доволі нестандартним рішенням.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Починаючи з середини XX ст. відбувалися перші спроби побудови моделей бізнес-проце-

сів. Такі відомі закордонні вчені, як: Август-Вільгельм Шеєр, М. Хаммер, Дж. Чампі, Т. Дейвенпорт, Дж. Шорт, В.В. Репін, одні з перших визначили сутність поняття «бізнес-процес», надавали опис наявних бізнес-процесів. У наш час також постійно досліджуються можливості моделювання бізнес-процесів, зокрема в працях [2–12], з метою оптимізації бізнес-процесів (вдосконалення та реінжинірингу), формування та обрання оптимальної програми розвитку підприємства за допомогою функціональних моделей оцінки найбільш слабких і вразливих місць у діяльності, що дало би змогу знизити фінансові ризики та забезпечити сталість розвитку підприємства.

Однак остаточно не вирішеною проблемою залишається питання побудови адекватних моделей оптимізації бізнес-процесів на підставі результатів фінансового аналізу діяльності підприємства, що дало би змогу здійснювати прогнозування і відбір оптимального варіанту розвитку підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є складання алгоритму моделювання процедури виконання фінансового аналізу підприємства за допомогою SADT-діаграм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вдосконалення способів виконання будь-якої процедури (роботи, заходу, дії) потрібно розпочинати з її опису, що зручно виконувати у вигляді схеми основних етапів цієї процедури.

Пропонується проведення фінансового аналізу здійснювати за такою процедурою (рис. 1). За таким підходом (див. рис. 1) результатом проведеного фінансового аналізу виокремиться повна картина наявного фінансового стану, можливих ризиків та потенціалу для розвитку підприємства. Далі для побудови моделі відповідної процедури на основі сформованої схеми необхідно визначити атрибути інформаційного забезпечення, наприклад: вхідна й вихідна інформація, учасники, терміни виконання, об'єкти, елементи управління.

Побудована далі за допомогою сучасних програмних продуктів IT-модель відповідної процедури стає наочним інструментом накопичення та поширення знань про цю процедуру, що взагалі може принаймні замінити багатосторінковий регламент, оскільки така модель фіксує спосіб виконання процедури (робіт), тобто стає стандартом її виконання. Такими програмними продуктами IT можуть бути «методології SADT-діаграм, а саме: IDEF0 (функціональне моделювання), DFD (моделювання потоків даних) і IDEF3 (моделювання потоків робіт), запропоновані у роботі [11, с. 122], які надають аналітику повну картину предметної сфери підприємства».

На наш погляд, варто використовувати ці нотації, оскільки, як справедливо відмічається у роботі вітчизняних науковців, «для графічного представлення бізнес-процесів з метою визначення наявного стану та можливих проблем доцільно будувати досить прості функціональні моделі в нотації IDEF0. Недарма завдяки використанню нотації IDEF0 на підприємствах виникає можливість забезпечувати дотримання принципів системного функціонально-модульного або структурного підходу під час планування діяльності підприємства» [11, с. 122].

Побудована далі за допомогою сучасних редакторів діаграм IDEF0 (англ. Integration Definition for Function Modeling – техніка моделювання робіт) й DFD (англ. Data Flow Diagram – модель проектування, графічне представлення «потоків» даних в інформаційній системі) модель відповідної процедури фіксує (стандартизує) наявну процедуру

1. Відбір та підготовка необхідної інформації для проведення фінансового аналізу. Формування бази вихідних даних на основі фінансової звітності. Аналітична обробка відібраної інформації, оцінка її об’єктивності.

2. Загальна оцінка фінансового стану підприємства. Проведення аналізу: балансу підприємства на основі проведення горизонтального й вертикального аналізу; необоротних і оборотних активів; співвідношення власного і позикового капіталу; фінансової стійкості; платоспроможності та ліквідності; грошових потоків; кредитоспроможності; ефективності використання капіталу; ділової активності та інвестиційної привабливості підприємства; оцінювання виробничо-фінансового левериджу та фінансових ризиків.

3. Інтерпретація отриманих результатів (порівняльний аналіз значень фінансових коефіцієнтів з нормативними). Підготовка аналітичного висновку і рекомендацій за результатами фінансового аналізу. Короткостроковий прогноз фінансового стану підприємства.

Рис. 1. Основні етапи процедури виконання фінансового аналізу

Джерело: авторська розробка

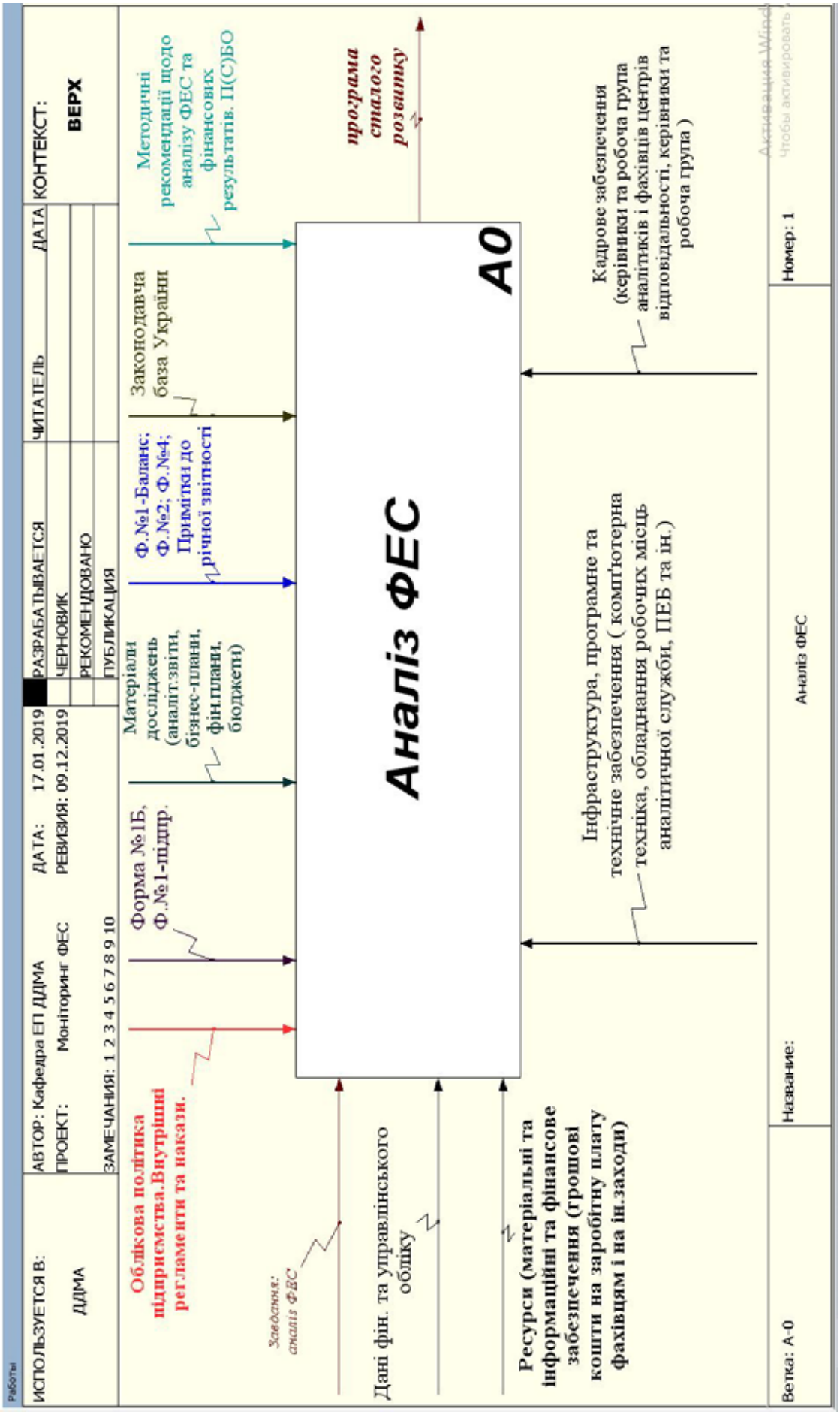


Рис. 2. Контекстна діаграма SADT-моделі процедури фінансового аналізу діяльності підприємства (рівня А–0)

Джерело: авторська розробка

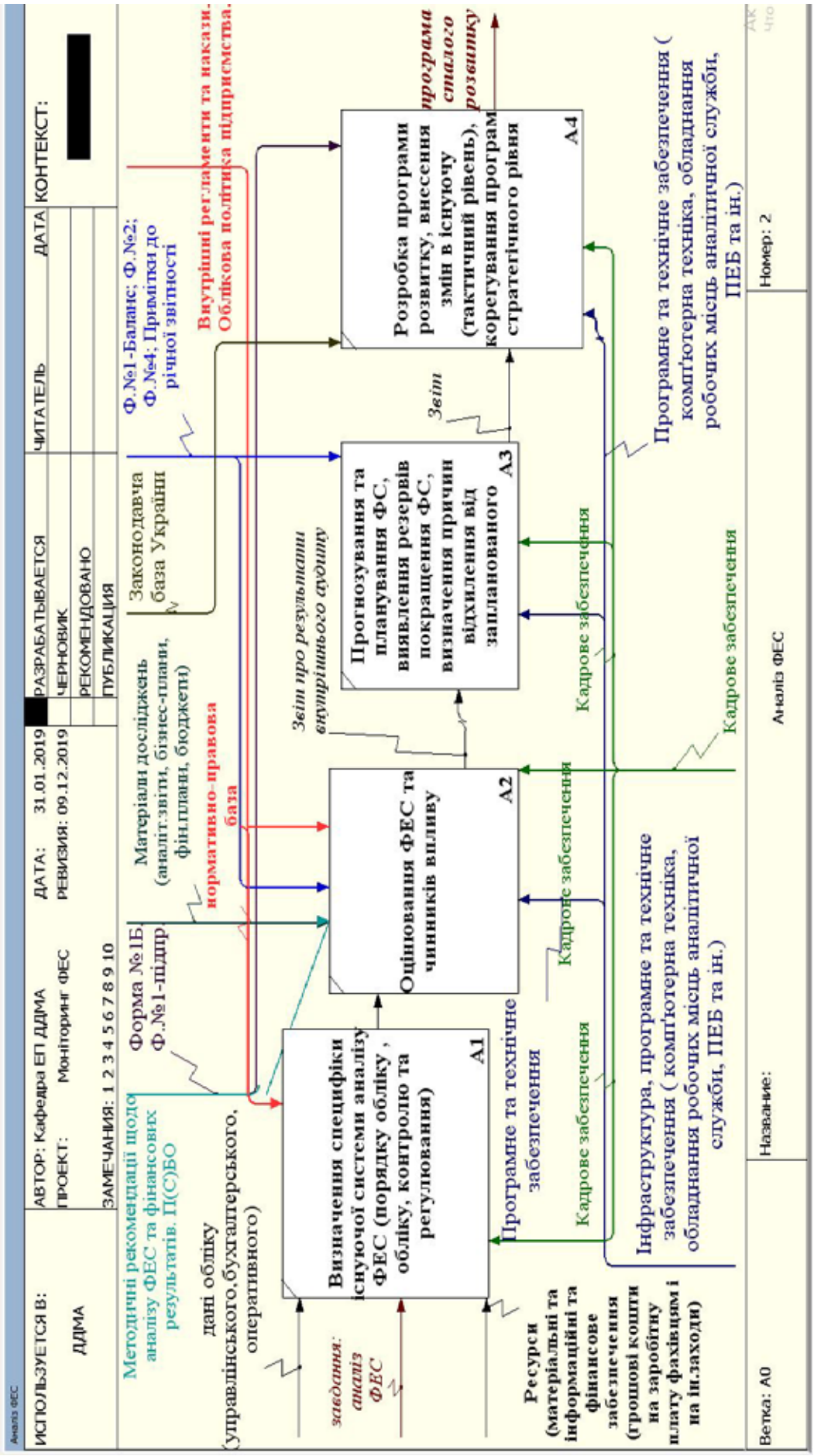


Рис. 3. Декомпозиція контекстної діаграми процедури фінансового аналізу діяльності підприємства в стандарті IDEF0 рівня А–0

Джерело: авторська розробка

(процес), дає змогу краще побачити, особливо порівняно з текстовим форматом, можливості її удосконалення.

Моделювання відповідної процедури як графічне зображення та опис бізнес-процесу пропонується здійснюваним із використанням зручної нотації (мови моделювання) IDEF0, що дає змогу систематизувати знання щодо виконання бізнес-процесу, намітити ідеї з його оптимізації, оскільки модель дозволяє отримати наочне зображення можливих недоліків (зайві документи, підписи, етапи, процедури тощо).

Як відмічається у роботі [11, с. 121], «IDEF0 як інструментарій моделювання бізнес-процесів дає можливість побудувати модель, що дозволяє наочно визначити проблеми, удосконалити та автоматизувати процеси, визначити резерви підвищення ефективності процесу (наприклад, щодо розподілу праці; перекваліфікації кожного співробітника; розподілу робочого часу для кожного співробітника)». При цьому контекстна діаграма IDEF0 являє собою «сукупність взаємодіючих робіт (функцій)» і є «загальним описом діяльності підприємства, його процесів, об'єктів, їх взаємодії, як із зовнішнім середовищем, так і з внутрішніми об'єктами» [11, с. 122].

Для підприємства досить гостро стають питання економії ресурсів, тому варто вибирати недорогі та зручні програмні продукти.

Таким зручним інструментом моделювання є сучасний безкоштовний інструмент бізнес-аналітиків – програма «Ramus», яку в нотації IDEF0 (функціональне моделювання) методології SADT-діаграм все частіше рекомендують для використання українські вчені [11; 12].

Програма «Ramus» у нотації IDEF0 (функціональне моделювання) дає можливість наочно регламентувати всі етапи певної процедури (рис. 2, рис. 3).

Зокрема на рис. 3 наведена декомпозиція діаграми процедури фінансового аналізу діяльності підприємства в стандарті IDEF0 методології SADT-діаграм із рівня А0 на рівень А1 за кожним етапом (декомпозиція блоків А1, А2, А3, А4 до відповідно А11, А21, А31, А41 і далі).

Безпосередньо опис відповідної процедури у вигляді бізнес-процесу (рис. 2, рис. 3) дає змогу учасникам процесів «вийти за межі» свого функціоналу і зрозуміти процес загалом, усвідомити свою особисту роль, а також роль суміжних підрозділів. Взаємодія учасників у процесі обговорень покращує комунікації. Отримані графічні зображення моделі відповідної процедури також є презентативним матеріалом для навчання процедурам нових співробітників, оскільки можна досить легко та наочно, в найкоротший проміжок часу донести до них порядок роботи.

Висновки з проведеного дослідження. Науковою новизною проведеного дослідження є пропозиція побудови моделей процедури фінансового аналізу діяльності підприємства.

Вважаємо, що роздруковане графічне зображення моделі відповідної процедури у вигляді зрозумілої та простої нотації IDEF0 методології SADT-діаграм безкоштовної програми «Ramus» зручно використати як «підказку» або своєрідну «карту процедури». Це ефективно з позиції спрощення, бо заміняє інші (чисельні) інструкції наочною схемою моделі.

Однозначно, зрозуміти будь-який процес набагато простіше за допомогою графічного зображення моделі. Крім того, користувачу потрібно менше часу на з'ясування таких позицій:

1) які етапи передбачено? які терміни передбачено?

2) на підставі яких документів хто і що робить?

3) який документ або результат очікувати після кожного етапу тощо.

Керівникам і підлеглим, бізнес-аналітикам та іншим зацікавленим і відповідальним особам побудована модель відповідної процедури підприємства дасть змогу краще зрозуміти її сутність та взаємозв'язок між окремими етапами, роботами, процесами і підрозділами, що, в свою чергу, дає змогу правильно сформувати та встановити завдання, вхідну та вихідну інформацію, регламенти, стандарти, вказівки й іншу нормативно-розпорядливу документацію.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация. Санкт-Петербург : Азбука, КМикро. 2003. 317 с.

2. Скнарь А. Контролінгові аспекти реінжинірингу бізнес-процесів підприємства. *Банківська справа*. 2009. № 3. С. 81–87.

3. Таранюк Л.М. Методологія реінжинірингу бізнес-процесів промислового підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2011. № 1. С. 111–119. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/24507/1/3.2_taranyuk.pdf (дата звернення: 01.12.2019).

4. Томаля Т.С. Ефективність бізнес-процесів підприємства як чинник зростання його ринкової вартості. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 5(71). С. 139–147.

5. Чорнобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 769. С. 125–131. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_20 (дата звернення: 01.12.2019).

6. Денисенко Л.О., Шацька С.Е. Концептуальні засади класифікації бізнес-процесів, як основи формування бізнес-системи організації. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. С. 1–4.

7. Урба С.І. Особливості управління бізнес-процесами підприємства. *Вісник Львівського університету. Серія економічна.* 2014. № 51. С. 215–221.

8. Латишева О.В., Підгора Є.О., Бохонок Л.М. Сутність та процедура планування та моделювання бізнес-процесів системи кадрової безпеки в умовах вітчизняних підприємств. *Вісник економічної науки України: науковий журнал*. 2019. № 1(36). С. 60–67.

9. Командровська В.Є. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи вдосконалення. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2011_30/Moroz.pdf (дата звернення: 01.12.2019).

10. Латишева О.В., Карлаш Ю.Д. Сутність та особливості впровадження моделей бізнес-процесів в системі управління на підприємствах в Україні. *Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал з економічних наук.* 2019. Вип. № 29. С. 211–219.

11. Латишева О.В., Смирнова І.І., Ростовський О.Р. Управління бізнес-процесами в умовах торговельного підприємства. *Науковий журнал «Економічні студії».* 2019. Вип. № 2(24). Львів : Львівська економічна фундація. С. 119–125.

12. Латишева О.В., Рачок А.І. Використання інструментарію проектного аналізу та моделювання бізнес-процесів для управління проектами на підприємствах. *Науковий журнал «Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського*. *Серія : Економіка і управління»*. 2019. Том 30(69). № 3. С. 185–191.

REFERENCES:

1. Kharrington, Dzh., Esseling, K.S. (2003) *Optimizatsiya biznes-protsessov: dokumentirovaniye, analiz, upravleniye, optimizatsiya* [Optimization of business processes: documentation, analysis, management, optimization] St. Petersburg: Azbuka, KMikro, p. 317. (in Russian)

2. Sknar, O. (2009) *Kontrolinhovi aspekty reinzhynirynhu biznes-protsesiv pidpryyemstva* [Controlling aspects of enterprise business process reengineering] *Bankivska sprava* [Banking]. Pp. 81–87. (in Ukrainian).

3. Taranyuk, L.M. (2011) *Metodolohiya reinzhynirynhu biznes-protsesiv promyslovoho pidpryyemstva* [Methodology of reengineering business processes of an industrial enterprise] *Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky* [The mechanism of regulation of the economy], no. 1, pp. 111–119. Available at: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/24507/1/3.2_taranyuk.pdf (accessed 01 December 2019).

4. Tomalya, T.S. (2007) *Efektyvnist biznes-protsesiv pidpryyemstva yak chynnyk zrostannya eho rinkovoyi vartosti* [Efficiency of business processes of the enterprise as a factor of growth of its market value]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Current problems of the economy], no. 5(71), pp. 139–147.

5. Chornobay, L.I., Duma, O.I. (2013) *Biznes-protsesy pidpryyemstva: zahalna kharakterystyka ta ekonomichna sut* [Business processes of the enterprise: general characteristics and economic essence] *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku* [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of development and development problems], no. 769, pp. 125–131. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_20 (accessed 01 December 2019).

6. Denysenko, L.O., Shatska, S.Y. (2015) *Kontseptualni zasady klasifikatsiyi biznes-protsesiv, yak osnovy formyrovanye biznes-systemy orhanyzatsyy* [Conceptual principles of classification of business processes as the basis for the formation of the business system of the organization]. *Efektyvna ekonomika* [An efficient economy], no. 11, pp. 1–4. (in Ukrainian)

7. Urba, S.I. (2014) *Osoblyvosti upravlinnya biznes-protsesamy pidpryyemstva* [Features of business process management] *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya ekonomichna* [Visnik Lviv University. The series is economical], no. 51, pp. 215–221. (in Ukrainian)

8. Latysheva, O.V., Pidhora, Y.O., Bokhonok, L.M. (2019) *Sutnist ta protsedura planuvannya ta modelyuvannya biznes-protsesiv systemy kadrovoyi bezpeky v uslovyyakh vitchiznyanikh pidpryyemstv* [The essence and procedure of planning and modeling of business processes of personnel security system in the conditions of domestic enterprises] *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrayiny: naukovyy zhurnal* [Bulletin of economic science of Ukraine: scientific journal], no. 1(36), pp. 60–67. (in Ukrainian)

9. Komandrovska, V.Y. Biznes-protsesy pidpryyemstva: sutnist ta metody Vdoskonalennya [Business processes of the enterprise: essence and methods of improvement] Available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2011_30/Moroz.pdf (accessed 01 December 2019).

10. Latysheva, O.V., Karlash, Y.D. (2019) *Sutnist ta Osoblyvosti Vprovadzhennya modeley biznes-protsesiv v systeme upravlinnya na pidpriyemstvakh v Ukrayini* [The essence and peculiarities of implementation of business process models in the enterprise management system in Ukraine] *Infrastruktura rynku: elektronnyy naukovo-praktychnyy zhurnal z ekonomichnykh nauk* [Market Infrastructure: an electronic scientific and practical journal of economic sciences], no. 29, pp. 211–219.

11. Latysheva, O.V., Smyrnova, I.I. & Rostovskyy, O.R. (2019) *Upravlinnya biznes-protsesamy v uslovyyakh torhovelnoho pidpryyemstva* [Management of business processes in the conditions of trading enterprise] *Naukovyy zhurnal «Ekonomichni studiyi»* [Economic Studies Scientific Journal]. Lviv: Lvivska ekonomichna fundatsiya. No. 2(24). Pp. 119–125.

12. Latysheva, O.V., Rachok, A.I. (2019) Vykorystannya instrumentariyu proektnoho ANALIZU ta modelyuvannya biznes-protsesiv dlya upravlinnya proektamy na pidpriyemstvakh [Use of project analysis and business process modeling tools for enterprise project management] *Naukovyy zhurnal «Vcheni zapysky TNU im. V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnya»* [Scientific journal «Scientific notes of TNU them. V.I. Vernadsky. Series: Economics and Management], vol. 30(69), no. 3, pp. 185–191.

Latysheva Olena
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor of the Enterprise Economics Department
Donbass State Engineering Academy
Pidhora Yelyzaveta
Candidate of Engineering Sciences,
Senior Lecturer of the Enterprise Economics Department
Donbass State Engineering Academy
Kirillova Maryna
Student
Donbass State Engineering Academy

INFORMATION AND ANALYTICAL PROVISION OF AN ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF THE ENTERPRISE

The purpose of the article. The financial analysis of the enterprise activity is constantly in the focus of attention of both enterprise itself and its counterparties: clients, partners, investors and government authorities, etc.

It has not been totally established the process of automation, monitoring the financial condition of the enterprise for today. The most common approach is the building of business process models in the form of business processes among the other approaches.

Methodology. The main stages of the financial analysis procedure it has been proposed; the attributes of information support such as: input and output information, participants, timing, objects and controls it has been determined; the SADT – model context diagram of the enterprise financial analysis procedure (level A – 0) it has been formed and the context diagram decomposition in the A – 0 level IDEF0 standard during the creation of the business-process for the financial condition of the enterprise,.

Results. A convenient business process modeling tool is the modern free business analytics tool Ramus, which is increasingly recommended for use in the IDEF0 (Functional Modeling) notation of SADT diagrams. Ramus IDEF0 (Functional Modeling) gives us an opportunity to clearly regulate all stages of the procedure of analyzing the financial state of the enterprise, to systematize knowledge about the business process, to come up with ideas for its optimization and to get a clear picture of possible shortcomings. The description of the procedure of financial analysis of the enterprise activity in the IDEF0 standard of the SADT-chart methodology at each stage allows the participants of the processes to "go beyond" their functional and to understand the process as a whole, to understand both their personal role and the role of the adjacent divisions.

Practical implications. The model of the financial analysis procedure of the enterprise activity which was built with the help of modern IT software becomes a clear tool for accumulation and dissemination of knowledge about this procedure, which can at least replace the multi-page regulations, since such model fixes the way of performing the procedure (works), it becomes the standard of its execution. It should be noted, that any process is much easier to understand with a graphical representation of the model.

Value / originality. The scientific novelty of the conducted research is the proposal of building the models for the procedure of financial analysis of the enterprise. The printed graphic of a model of the corresponding procedure in the form of a clear and simple notation of IDEF0 SADT methodology – diagrams of the free program "Ramus", is conveniently used as a "hint" or a kind of "procedure map". It is effective from the point of view of simplification, because it replaces other (numerical) instructions with the schematic diagram of the model.

The built model of financial analysis of the enterprise will allow to better understand the essence of this process and the relationship between individual stages, jobs, processes and units for managers and subordinates, business analysts and other interested and responsible persons, which, in its turn, will allows to properly form and establish tasks, inputs and outputs, regulations, standards, instructions and other regulatory documentation.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ЕКСПОРТ ТА ІМПОРТ ЯК ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY: EXPORTS AND IMPORTS AS FACTORS OF INFLUENCE FOR UKRAINE'S ECONOMIC

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-29

Манчур І.М.
студентка
Національний університет
«Львівська політехніка»
Микитюк Н.О.
к.е.н., доцент кафедри обліку та аналізу
Національний університет
«Львівська політехніка»

Імпорт та експорт є найважливішими та невід'ємними показниками зовнішньоекономічної діяльності держави. Саме вони визначають рівень співпраці держави з окремими країнами та світовим ринком загалом. Крім того, динаміка зміни експортно-імпортних операцій відображає стан економіки країни. У статті наведений аналіз експортно-імпортних операцій в Україні у динаміці з 2014 до 2018 року. Також у статті досліджено специфіку зовнішньоекономічної діяльності в країні на сучасному етапі, динаміку, зовнішню торгівлю товарами та послугами. Проведена оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на зовнішньоекономічну діяльність країни. Визначені причини зміни обсягу експорту та імпорту в Україні. Узагальнено та згруповано проблеми розвитку й визначено напрями вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Вказані й основні нормативно-правові акти для кращого розуміння законодавчої бази в цій сфері.
Ключові слова: *експорт, імпорт, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародна діяльність України, економіка держави.*

Импорт и экспорт являются самыми важными и неотъемлемыми показателями внешнеэкономической деятельности государства. Именно они определяют уровень сотрудничества государства с отдельными странами и мировым рынком в целом. Кроме того, динамика изменения экспортно-импортных операций отображает состояние экономики страны. В статье представлен анализ экспортно-импортных операций в Украине в динамике с 2014 до 2018 года. Также представлено исследование специфики внешнеэкономической деятельности в стране на современном этапе, динамика, внешняя торговля товарами и услугами. Проведена оценка влияния внешних и внутренних факторов на внешнеэкономическую деятельность страны. Определены причины изменения объема экспорта импорта в Украине. Кроме вышеперечисленных моментов, мы также проанализировали, какие существуют основные негативные факторы влияния на ЗЭД и возможные варианты их устранения в Украине в отдельных областях промышленности. Указаны и основные нормативно-правовые акты для лучшего понимания законодательной базы в данной сфере.
Ключевые слова: *экспорт, импорт, внешнеэкономическая деятельность, международная деятельность Украины, экономика государства.*

Import and export are one of the most important indicators of foreign economic activity of the country. They identify the level of state cooperation with individual countries and the world market in general. In addition, hanges in export and import operations reflects the state of the economy. There is the analysis of export-import operations in Ukraine in dynamics from 2014 to 2018 in the article. The article also examines the specifics of foreign economic activity in the country at the present stage of dynamics, foreign trade in goods and services. The evaluation of the impact of external and internal factors on foreign economic activity of Ukraine. Identified causes changes in the volume of exports and imports in Ukraine. Development problems are summarized and grouped and directions of improvement of foreign economic activity of Ukrainian enterprises are defined. An important component for formation of the economy of any state is the field of foreign economic activity of the country. It defines the basic aspects of the formation and development of an open economy and facilitates the country's entry into the world economic space. Development of the country's export potential, attraction of foreign investments, formation of an open economy is ensured through foreign economic activity. Foreign economic activity – activity of subjects of economic activity of Ukraine and foreign subjects of economic activity. The main normative legal act that regulates the legal principles of regulation, organization, accounting and preparation of financial statements is the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine". The law covers all legal entities established under the law, irrespective of their organizational and ownership forms, as well as representations of foreign economic entities that keep records and submit financial statements. During foreign activities subject is governed by the following legal regimes: national, special and most favored-nation regimes. The country's foreign economic policy needs to be revised to optimize and automate the geographical and commodity structure of exports and imports, to eliminate or reduce the effect of import substitution, to support national producers and to increase export potential.
Key words: *export, imports, foreign economic activity, international activities of Ukraine, country economics.*

Постановка проблеми. Велику роль у міжнародній діяльності будь-якої держави відіграють імпорт та експорт, як основні складові успішної зовнішньоекономічна діяльність. Беручи до уваги, слід виокремлювати внутрішні, які зароджуються у межах країни та впливають на міжнародну економіку та зовнішні по відношенню до країни фактори, які впливають на неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку ЗЕД підприємств України розглянуто в роботах О. Амоші, Ф. Бутинця, В. Бойка, П. Гайдуцького, В. Гейця, С. Дем'яненка, А. Кандиби, В. Топіхи, А. Кредісова, С. Кваші, А. Мокія, П. Саблука, М. Парсяка, С. Соколенка, А. Коверги та ін. [1].

Постановка завдання. Мета даної статті є аналіз впливу, як імпорту так і експорту, а також факторів, що безпосередньо впливають на зовнішньоекономічну діяльність України, шляхом дослідження експортно-імпортних операцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою складовою формування економіки будь–якої держави є галузь зовнішньоекономічної діяльності країни. Саме вона визначає основні аспекти формування та розвитку відкритої економіки і сприяє входженню країни у світовий економічний простір.

В статті розглядається зовнішньоекономічна діяльність держави, як один з найважливіших факторів підвищення ефективності розвитку

Таблиця 1

Негативні чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність

Група чинників	Чинники
1. Політичні	• недовіри до держави як гаранта виконання угод і високий рівень корупції; • нестабільна політична ситуація в Україні.
2. Трудові	• низька продуктивність праці; • несприятлива демографічна ситуація в країні; • недостатня кількість кваліфікованого персоналу
3. Фінансові	• низька рентабельність виробництва; • високий рівень інфляції;
4. Виробничі	• значне технологічне відставання від розвинутих країн світу; • невисокий рівень якості товарів; • висока матеріаломісткість продукції
5. Організаційно-управлінські	• недосконала та нестабільна законодавча бази; • довга процедура збирання документів і реєстрації суб'єктів ЗЕД; • низька якість інфраструктурного забезпечення ЗЕД; • неефективна система менеджменту ЗЕД

економіки регіону, країни в цілому. Процеси зовнішньоекономічної діяльності формують структуру, динаміку та стабільний розвиток економіки. Наявність зовнішньоекономічних відносин та їхня ефективність передбачають інтеграцію країни і світовий глобальний економічний процес.

Розвиток експортного потенціалу країни, залучення іноземних інвестицій, формування економіки відкритого типу забезпечується за допомогою зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [1, с. 36].

На зовнішньоекономічну діяльність країни впливають різні, як позитивні та негативні чинники.

В таблиці 1 наведено саме негативні чинники, які здійснюють вплив на ЗЕД країни в цілому.

Негативні чинники, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність існують в будь якій країні. Однак, основною метою держави є правильне вирішення тих проблем, що перешкоджають розвитку ЗЕД.

Імпорт та експорт є основними складовими формування успішної зовнішньоекономічної діяльності країни.

Україна здійснює експорт до багатьох країн світу. В таблиці 2 наведено розподіл по регіонам та роках експорту та імпорту України [3].

Отже, досліджуючи зовнішню торгівлю України з різними країнами світу, можемо зазначити, що наразі відбувається процес досить чіткої трансформації зовнішньої торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності в цілому. Етап її більш сучасного розвитку розпочався фактично ще в другій половині 2013 р., а саме напередодні укладання «Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом». Обсяг експорту до країн Європейського Союзу коливається в 2014 р. і аналогічну ситуацію розглядаємо і в сфері імпорту до країн ЄС. Ці події суттєво розширили експортні та імпортні можливості України, одночасно створивши й певні перешкоди.

По-третє, особливістю останніх років стало зменшення території України, яка враховується при розрахунку обсягів зовнішньої торгівлі, у результаті окупації Криму та частини Донецької і Луганської областей. Усе це робить зміни умов експорту та імпорту надзвичайно динамічними та потребує оперативного оцінювання ситуації для своєчасної реакції на нові реалії.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Закон охоплює всіх юридичних осіб, створених відповідно до законодавства, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності, також на представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності, які ведуть облік та подають фінансову звітність [1, с. 54].

Таблиця 2

Зовнішньоторговельний баланс товарів України у 2014–2018

Регіон	Експорт					Імпорт				
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Країни СНД	17003	7806	6031	6916	14000	172767	10486	8564	11478	23100
Інші країни світу	14882	30321	30332	36348	43900	37152	27031	30685	38129	35300
в тому числі ЄС	39019	13015	13498	17533	42100	21069	15330	17138	20799	41600

Згідно з Господарським кодексом України та Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності є фізичні та юридичні особи, якими є [2]:

– юридичні особи, які проживають на території Україні і обов'язково є зареєстровані особами на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, капітал та/або майно яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

– фізичні особи це в першу чергу громадяни України або іноземні громадяни і особи без громадянства, що мають цивільну дієздатність і правоздатність та постійно проживають на території України;

– структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України;

– будь які об'єднання фізичних осіб (які не є юридичними особами згідно з законами України), яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність а також фізичні і юридичні особи;

– спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, які мають постійне місцезнаходження на території України.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) – домовленість двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності або його представником у простій письмовій або в електронній формі та регулюється міжнародним правом.

Контрагенти це особи, які організовують облік та складають фінансову звітність відповідно до законодавства держави. Резиденти, залежно від їх організаційно-правової форми господарювання, видів діяльності та розмірів суб'єктів господарювання можуть вести облік за регіональними, національними, міжнародними або стандартами обліку та фінансової звітності.

Під час здійснення господарської діяльності за межами національного ринку суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності керуються такими принципами: принцип суверенітету, принцип свободи, принцип юридичної рівності і недискримінації, принцип верховенства, принцип захисту інтересів.

Співпраця між іноземними суб'єктами діяльності на території України та суб'єктами господарської діяльності України регулюються такими правовими режимами: національним, спеціальним режимами та режимом найбільшого сприяння.

Згідно закону України ,,Про зовнішньоекономічну діяльність" експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України [5, с. 234].

Проаналізувавши стан зовнішньоекономічної діяльності за 2018 рік негативне сальдо торгівлі товарами України становило 9,8 млрд дол. Як і раніше імпорт продукції до країни, перевищує експорт.

В таблиці 3 наведено експорт товарів за 2014–2018 роки [3].

В таблиці 4 наведено відносні показники експорту товарів за 2014–2018 роки [3].

У 2014 році Україна експортувала товарів на 53,9 млрд дол., а в 2015-2016 роках ця сума змен-

Таблиця 3

Експорт товарів в Україні за 2014–2018 рр. (млрд. дол. США)

Вид товарів	2014	2015	2016	2017	2018
Недорогоцінні метали та вироби з них	15,2	9,5	8,3	10,1	11,6
Продукти рослинного походження	8,7	8	8,1	9,2	9,9
Машини, обладнання та механізми	5,7	3,9	3,6	4,3	4,7
Жири, олії рослинного та тваринного походження	3,8	3,3	4	4,6	4,5
Мінеральні продукти	6,1	3,1	2,7	3,9	4,3
Харчові продукти	3,1	2,5	2,4	2,8	0,3
Продукція хімічної промисловості	3,1	2,1	1,6	1,9	1,9
Деревина та вироби з неї	1,3	1,1	1,1	1,2	1,5
Живі тварини та продукти тваринного походження	1	0,8	0,8	1,1	1,2
Текстильні матеріали та вироби	0,8	0,6	0,7	0,8	0,8
Всього за рік	53,9	38,1	36,4	43,3	47,3

Таблиця 4

Відносні показники експорту товарів в Україні за 2014–2018 рр.

Вид товарів	2014	2015	2016	2017	2018
Недорогоцінні метали та вироби з них	31,15	27,22	24,92	25,31	28,50
Продукти рослинного походження	17,83	22,92	24,32	23,06	24,32
Машини, обладнання та механізми	11,68	11,17	10,81	10,78	11,55
Жири, олії рослинного та тваринного походження	7,79	9,46	12,01	11,53	11,06
Мінеральні продукти	12,50	8,88	8,11	9,77	10,57
Харчові продукти	6,35	7,16	7,21	7,02	0,74
Продукція хімічної промисловості	6,35	6,02	4,80	4,76	4,67
Деревина та вироби з неї	2,66	3,15	3,30	3,01	3,69
Живі тварини та продукти тваринного походження	2,05	2,29	2,40	2,76	2,95
Текстильні матеріали та вироби	1,64	1,72	2,10	2,01	1,97
Всього за рік	100	100	100	100	100

шилась – до 38,1 млрд і 36,4 млрд дол. відповідно. У 2017–2018 роках експорт країни зростає, наприклад у 2018 році становить 47,3 млрд дол.

Недорогоцінні метали та вироби з них, машини, обладнання та механізми, продукти рослинного походження, займають основну частину у структурі експорту і у минулому році складають 11,6 млрд дол.. Найменша ж частка експорту припадає на текстильні матеріали та вироби і складає в середньому протягом 2014–2018 років [3].

На рис. 1 можна побачити середнє значення експорту товарів за 2014– 2018 роки.

Найбільші експортні поставки серед країн Європи Україна здійснювалися до Польщі – 6,3% від загального обсягу експорту (чорні метали, електричні машини, руди, шлак і зола), Італії – 5,7% (чорні метали, зернові культури, жири та олії тваринного або рослинного походження) та Німеччини – 4,1% (електричні машини, насіння і плоди олійних рослин, одяг та додаткові речі до одягу, текстильні).Також серед інших країн – до Російської Федерації – 9,1% (чорні метали, механічні машини, продукти неорганічної хімії) та Туреччини – 5,8% (чорні метали, насіння і плоди олійних рослин, зернові культури) та Індії – 5,1% (жири та олії тваринного або рослинного походження, зернові культури, механічні машини).

Згідно із законом України ,,Про зовнішньоекономічну діяльність” імпорт (імпорт товарів) – купівля (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [1].

У таблиці 5 наведено експорт товарів за 2014–2018 роки [2].

У таблиці 6 наведено відносні показники імпорту товарів за 2014–2018 роки [2].

Простежується зменшення імпорту товарів в Україну у 2015–2016 роках порівняно з 2014 роком, де загальна сума товарів становила 54,4 млрд дол.

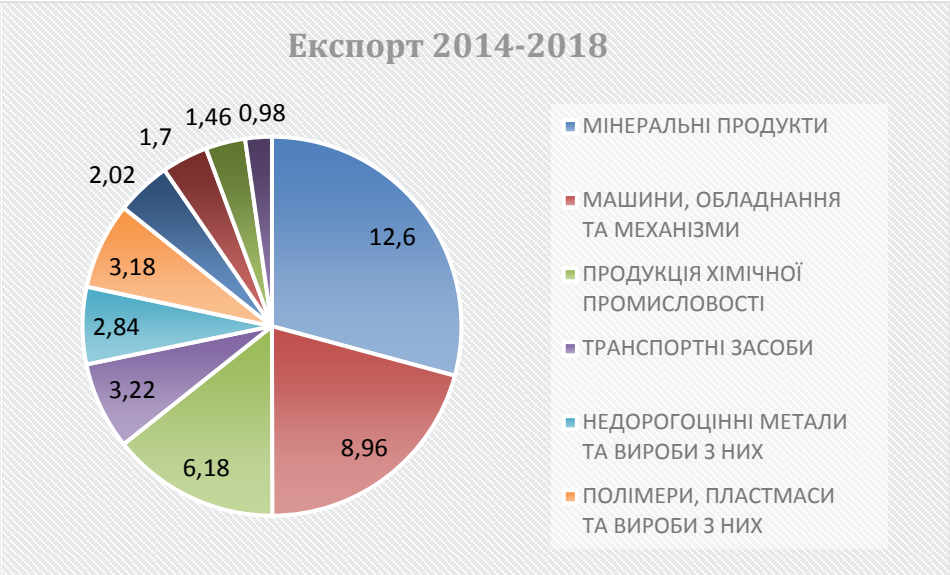


Рис. 1. Експорт продукції за 2014–2018 рр.

Таблиця 5

Імпорт товарів в Україні за 2014–2018 рр. (млрд дол. США)

Вид товарів	2014	2015	2016	2017	2018
Мінеральні продукти	16,1	11,7	8,5	12,5	14,2
Машини, обладнання та механізми	8,7	6,3	7,9	9,9	12
Продукція хімічної промисловості	6,8	5	5,6	6,5	7
Транспортні засоби	2,6	1,7	4,2	4,6	4,6
Недорогоцінні метали та вироби з них	3,3	2	2,3	3	3,6
Полімери, пластмаси та вироби з них	3,6	2,6	2,9	3,2	3,6
Харчові продукти	2,6	1,6	1,7	1,9	2,3
Текстильні матеріали та вироби	1,9	1,4	1,5	1,7	2
Продукти рослинного походження	2	1,1	1,3	1,4	1,5
Маса з деревини та ін. целюлозних матеріалів	1	0,9	0,9	1	1,1
Всього за рік	54,4	37,5	39,2,	49,6	57,1

Таблиця 6

Відносні показники імпорту товарів в Україні за 2014–2018 рр.

Вид товарів	2014	2015	2016	2017	2018
Мінеральні продукти	33,13	34,11	23,10	27,35	27,36
Машини, обладнання та механізми	17,90	18,37	21,47	21,66	23,12
Продукція хімічної промисловості	13,99	14,58	15,22	14,22	13,49
Транспортні засоби	5,35	4,96	11,41	10,07	8,86
Недорогоцінні метали та вироби з них	6,79	5,83	6,25	6,56	6,94
Полімери, пластмаси та вироби з них	7,41	7,58	7,88	7,00	6,94
Харчові продукти	5,35	4,66	4,62	4,16	4,43
Текстильні матеріали та вироби	3,91	4,08	4,08	3,72	3,85
Продукти рослинного походження	4,12	3,21	3,53	3,06	2,89
Маса з деревини та ін. целюлозних матеріалів	2,06	2,62	2,45	2,19	2,12
Всього за рік	100	100	100	100	100

Найбільша частка імпорту належить мінеральним продуктам (14,2 млрд дол. за минулий рік), машин та обладнання (12 млрд дол.). Останні місця в рейтингу імпортованих товарів посідають продукти рослинного походження, а також маса з деревини та інших целюлозних матеріалів.

На нашу думку, ця ситуація пов'язана з політичною ситуацією в країні та її соціальним станом. Проте у 2017 році спостерігається зростання імпорту в країну. У 2018 році імпорт становить 57,1 млрд дол., це на 15,2% більше, ніж у 2017 році. Та попри нестабільну політичну ситуацію в державі, основним чинником впливу на розвиток ЗЕД все ж таки вважаємо економічний тому, що стабільність економічного розвитку країни є складовою наявності усіх інших ознак. Хоча, безперечно, досягнення стабільності політичного стану, зменшення воєнних конфліктів на сході, зміцнить існуючі позиції та направить всі зусилля на досягнення конкурентного рівня на ринку. За умов ефективного вирішення таких проблем пов'язаних із ЗЕД окреслимо основні перспективні напрями розвитку експорту та імпорту в Україні, наприклад:

– зростання торговельного обороту відбуватиметься за рахунок кількості, а головне, якості товарів на підприємствах;

– інвестиції, а саме збільшення частки залучених інвестицій, що може призвести до високого рівня конкуренції. Таким чином, за допомогою цієї складової частини покращується економічний потенціал та збільшується попит на продукцію.

На рис. 2 можна побачити середнє значення імпорту товарів за 2014– 2018 роки.

З рис. 2 можна зробити висновок, що найбільше Україна імпортує мінеральні води, в середньому цей показник за 5 років становить 12,6 млрд дол. США. Найменша частка ж імпорту припадає на масу з деревини та ін. целюлозних матеріалів.

Проблеми, які впливають на зовнішньоекономічну діяльності України і потребують негайного вирішення [7, с. 320]:

1. Виробництво товарів низької якості, яка не дозволяє вихід продукції на світовий ринок.

2. Складна процедура оформлення документів та реєстрації, оскільки законодавча база є недосконалою, щодо діяльності суб'єктів ЗЕД.

3 Продукція не відповідає стандартам світового ринку, що не дозволяє вітчизняним товарам вихід на зовнішній ринок.

4. Недостатній рівень розвитку транспортної та ринкової інфраструктури, а також регулювання оподаткування та митних процедур.

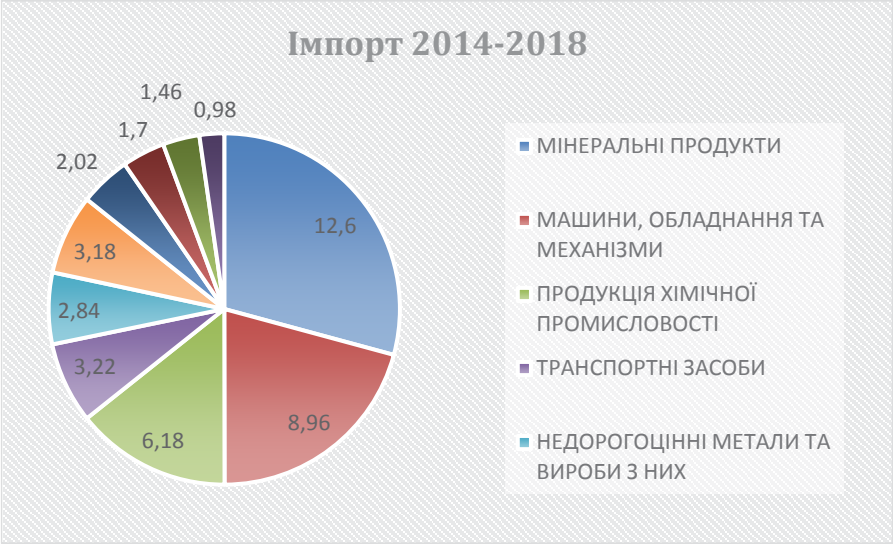


Рис. 2. Імпорт продукції за 2014–2018 рр.

Для того, щоб вирішити вищенаведені проблеми, необхідно [6, с. 195]:

1. Спрощення нормативно-правової бази, яка би покращувала діяльність підприємств, які спрямовані на зовнішні ринки.

2. Зростання вартості цін на ввезену продукцію, яка має вітчизняні аналоги.

3. Модернізація виробництва та закріплення ринку збуту для збільшення випуску вітчизняної продукції.

4. Перехід від експорту сировини товарів на виробництво продукції з повним виробничим циклом.

5. Збільшення спеціалістів у галузях менеджменту та маркетингу для успішної роботи на внутрішньому та зовнішньому ринках.

6. Підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції шляхом вкладання капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок, які б знизили матеріаломісткість товарів у пріоритетних галузях.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проблеми, що розглянуто, дають можливість систематизувати й чітко визначити напрями їх подолання для забезпечення ефективної ЗЕД підприємств.

Зовнішньоекономічна політика країни потребує перегляду щодо оптимізації та автоматизації географічної і товарної структури експорту та імпорту, усунення або ж зменшення ефекту імпортозаміщення, підтримки національних виробників та нарощування експортного потенціалу.

Для нашої держави необхідним є збільшення частки в експорті готової продукції, а в імпорті – зменшення частки палива, екологічно шкідливої, неякісної продукції й товарів широкого вжитку.

Одними з найголовніших способів збільшення потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємств є:

1) розвиток науково-технічного потенціалу країни,

2) створення сприятливих економічних умов для збільшення випуску вітчизняної продукції та надання послуг за рахунок модернізації виробництва,

3) збільшення рівня оптимізації і автоматизації виробництва,

4) збільшення та впровадження інновацій,

5) залучення висококваліфікованих фахівців.

6) розвиток науково-технічного потенціалу країни,

7) створення спеціальних систем кредитування обігових коштів виробників,

8) збільшення рівня оптимізації і автоматизації виробництва.

Також потрібно вдосконалити систему управління ЗЕД за допомогою здійснення маркетингових досліджень, впровадження стратегічного підходу, аналізу й контролю для формування ефективного інформаційного забезпечення для прийняття рішень у сфері ЗЕД, формування оптимальної структури управління, обліку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутинець Ф.Ф., Жигалей І.В. Облік зовнішньоекономічної діяльності / За ред. проф. Бутинця Ф.Ф., 3-тє видання. Житомир: „Рута”, 2006. 388 с.

2. Господарський кодекс України: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 11.11.2019).

3. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12 (дата звернення: 13.11.2019).

4. Як змінювався експорт та імпорт України в 2014-2018 роках. URL: https://www.slovoidilo.ua/2019/04/10/infografika/ekonomika/yak-zminyuvav-sya-eksport-ta-import-ukrayiny-2014-2018-rokax (дата звернення: 11.11.2019).

5. Кадуріна Л.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. Київ : Видавничий Дім „Слово”, 2006. 288 с.

6. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: монографія. Луганськ : Ноулідж, 2011. 210 с.

7. Сисоєва Т.П. Дослідження чинників впливу на зовнішньоекономічну діяльність. Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Черкаси : ЧДТУ, 2006. Вип. 16. С. 319–322.

REFERENCES:

1. Butynets F.F., Zhyhaley I.V. (2006) Oblik i analiz Zovnishnoekonomichna diialnist pidpryiemstva [Accounting and analysis Foreign economic activity of the enterprise]. Zhytomyr: «Ryta».

2. Gospodarskyy kodeks Ukrainy [Economic Code of Ukraine]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (accessed 11 November 2019).

3. Zakon Ukrainy pro Zovnishnoekonomichnu diialnist [Law of Ukraine on Foreign Economic Activity]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12 (accessed 13 November 2019).

4. Jak zminjuvavsja eksport ta import Ukrajiny v 2014-2018 rokakh. Available at: https://www.slovoidilo.ua/2019/04/10/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-eksport-ta-import-ukrayiny-2014-2018-rokax (accessed 11 November 2019).

5. Kadurina L.O. (2006) Oblik i analiz Zovnishnoekonomichna diialnist pidpryiemstva [Accounting and analysis Foreign economic activity of the enterprise] Navchalnyy posibnyk. Kyiv: Vydanychyy Dim ,,Slovo".

6. Matalka S.M. (2011) Upravlinnya efectyvnisty Zovnishnoekonomichnoy diialnosti pidpryemstv [Management of efficiency of foreign economic activity of enterprises]. Lugansk: Noulidz.

7. Sysoeva T.P. (2006) Doslidzennia chynnykiv vplyvu na Zovnishnoekonomichnu diialnisti [Research of factors influencing foreign economic activity Collection of scientific works.Cherkasyy government Technology University. Series: Economic Sciences]. Cherkasy: CHDTU, vol. 16, pp. 319–322.

Manchur Iryna
Student
Lviv Polytechnic National University
Mykytyuk Natalia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Analysis
Lviv Polytechnic National University

FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY: EXPORTS AND IMPORTS AS FACTORS OF INFLUENCE FOR UKRAINE'S ECOMOMIC

The purpose of this article is to analyze the influence of imports and exports factors which directly impact to Ukraine foreign economic activity by exporing export-import operations.

The study was conducted using a dialectical and systematic approach to the study of economic processes. In the course of work the following methods of economic researches were applied: system-structural, abstract-logical, comparative and balance, expert estimations, etc.

An important component for formation of the economy of any state is the field of foreign economic activity of the country. It defines the basic aspects of the formation and development of an open economy and facilitates the country's entry into the world economic space.

The article deals with the foreign economic activity of the state as one of the most important factors of increasing the efficiency of economic development of the region, the country as a whole. The processes of foreign economic activity shape the structure, dynamics and stable development of the economy. Existence of foreign economic relations and their effectiveness imply integration of the country and the global economic process.

Development of the country's export potential, attraction of foreign investments, formation of an open economy is ensured through foreign economic activity.

Foreign economic activity – activity of subjects of economic activity of Ukraine and foreign subjects of economic activity.

The main normative legal act that regulates the legal principles of regulation, organization, accounting and preparation of financial statements is the Law of Ukraine “On Accounting and Financial Reporting in Ukraine”. The law covers all legal entities established under the law, irrespective of their organizational and ownership forms, as well as representations of foreign economic entities that keep records and submit financial statements.

During foreign activities subject is governed by the following legal regimes: national, special and most favored-nation regimes.

The country's foreign economic policy needs to be revised to optimize and automate the geographical and commodity structure of exports and imports, to eliminate or reduce the effect of import substitution, to support national producers and to increase export potential.

One of the most important ways to increase the potential of foreign economic activity of enterprises are:

1. development of scientific and technical potential of the country;
2. creation of favorable economic conditions for increasing the output of domestic products and providing services through the modernization of production;
3. increasing the level of production optimization and automation;
4. increase and implementation of innovations;
5. involvement of highly qualified specialists;
6. development of the scientific and technical potential of the country;
7. creation of special systems of crediting of working capital of manufacturers;
8. increasing the level of optimization and automation of production.

We also need to improve the FEA management system by conducting marketing research, implementing a strategic approach, analyzing and controlling for the formation of effective information support for decision making in the FEA area, forming an optimal management structure, accounting.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

BRAND MANAGEMENT IN THE STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

УДК 336.71
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-30

Мартич Є.С.
студентка
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Христофорова О.М.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Новікова Т.В.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»

Створення та управління брендами є запорукою отримання конкурентних переваг та довгострокової рентабельності продуктів, послуг, компаній та організацій. Глибинні та науково обґрунтовані знання з питань маркетингу, інновацій та управління брендами є важливими для кожного бізнесу та організації. Розуміння поведінки споживача є основою для розроблення стратегій бренд-менеджменту, а також оптимального позиціонування на ринку та ефективної маркетингової тактики. У статті розглядаються проблеми визначення завдань бренд-менеджменту у контексті стратегічного розвитку підприємства. Показано, що використання бренд-менеджменту є проявом інноваційної активності та стратегічного бачення керівництвом перспектив розвитку ринку і свого підприємства зокрема. Запропоновано концептуальні підходи до впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність підприємств, розглянуто приклади зарубіжного маркетингу.
Ключові слова: *бренд, бренд-менеджмент, концепція, стратегічний розвиток, споживач, модель, бренд-стратегія.*

Создание и управление брендами является залогом получения конкурентных преимуществ и долгосрочной рентабельности продуктов, услуг, компаний и организаций. Глубинные и научно обоснованные знания по маркетингу, инновациям и управлению брендами являются важными для каждого бизнеса и организации. Понимание поведения потребителя является основой для разработки стратегий бренд-менеджмента, а также оптимального позиционирования на рынке и эффективной маркетинговой тактики. В статье рассматриваются проблемы определения задач бренд-менеджмента в контексте стратегического развития предприятия. Показано, что использование бренд-менеджмента является проявлением инновационной активности и стратегического видения руководством перспектив развития рынка и своего предприятия. Предложены концептуальные подходы к внедрению бренд-менеджмента в управленческую деятельность предприятий, рассмотрены примеры зарубежного маркетинга.
Ключевые слова: *бренд, бренд-менеджмент, концепция, стратегическое развитие, потребитель, модель, бренд-стратегия.*

Creating and managing brands is the key to gaining competitive advantage and long-term profitability for products, services, companies, and organizations. In-depth and evidence-based knowledge of marketing, consumer behavior, innovation, and brand management is important for every business and organization. Brand management is situational, episodic, and even controversial. Without the formation of a brand-oriented enterprise management system, it is not possible to ensure systematic brand management and accordingly a competitive position of the enterprise. There is a need for a mechanism that will allow to coordinate all the activities of the company in the direction of creating and strengthening the brand. Thus, as a brand is a strategic guideline for an enterprise, and not just a part of commodity or communication policy, it is a vital task to form a brand-oriented enterprise management. Branding that focuses on building lasting relationships with consumers is becoming a competitive tool. Understanding consumer behavior is the basis for developing brand management strategies as well as optimal market positioning and effective marketing tactics, especially when launching new goods market. The article deals with the problems of defining brand management tasks in the context of strategic enterprise development. It is shown that the use of brand management is a manifestation of innovative activity and strategic vision to guide the prospects of market development in general and its enterprise in particular. The content of the elements of brand management and its conceptual apparatus is substantiated, which ensures consistency in their interpretation. A brand management model has been built that contains a structural and logical scheme of management actions and reflects their cyclicality, which allows differentiating management processes. Conceptual approaches to introduction of brand management in the management activity of enterprises are offered, which allow to implement it depending on the degree of brand development, specificity of the company, readiness to use brand management in management activity, examples of foreign marketing are considered.
Key words: *brand, brand management, concept, strategic development, consumer, model, brand strategy.*

Постановка проблеми. Сучасні тенденції загальноекономічної стабілізації, насичення вітчизняних ринків товарами, посилення конкуренції, перспективи розвитку підприємств у системі господарських зв'язків, вихід українських економічних суб'єктів на світові ринки зумовлюють необхідність використання концептуально нових елементів управління стратегічним розвитком підприємства. За таких умов саме використання бренду та ефективної системи бренд-менеджменту сприятиме інноваціям у сфері виробництва та появі нових товарів. Однак процес упровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність відбувається доволі повільно, оскільки підприємства насамперед зосереджені на вирішенні проблем, пов'язаних з ефективним використанням матеріальних активів, а формування потенціалу стратегічного розвитку за рахунок бренду як нематеріального активу підприємства залишається поза їхньою увагою. Таке становище зумовлене певними проблемами соціально-економічного характеру, відсутністю досвіду та недостатнім науково-методичним забезпеченням бренд-менеджменту з урахуванням особливостей ринкової економіки в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині, коли на світовому ринку пропозиція перевищує попит і поняття інновації стало майже ілюзією, важко створити щось нове, щоб привернути увагу вибагливого покупця. Слід відмітити і той факт, що вплив реклами сьогодні постійно зменшується, іноді неякісна рекламна кампанія може навіть

принести збитки компанії, особливо коли йдеться про діяльність на закордонних ринках. І покупці досить легко переключаються з одного продукту на інший. Можна навіть спостерігати таку тенденцію: чим більше організацій конкурують на ринку, тим менше споживачі розрізняють їх, як наслідок цього – вимушена концентрація, злиття [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що в економічній літературі питанням бренд-менеджменту приділяється неабияка увага. Цьому питанню присвячені роботи таких відомих спеціалістів, як Ж.-Н. Капферер, Ф. Котлер, Ф. Гордон, М. Лекус, Д. Боуен, Р. Прісслоу, П. Дойль та інші. Проблеми, що пов'язані зі створенням успішних брендів, обговорюються у роботах Дж.К. Веркман, Г. Чармессона. З позиції поведінки споживачів бренди досліджуються у роботах Дж. Енджела, Р. Блекуелла та П. Мініарда [2].

Постановка завдання. Мета статті – дослідження сучасного концептуального підходу до системи бренд-менеджменту. Для досягнення поставленої мети необхідно: узагальнити теоретичні положення щодо сутності та призначення бренд-менеджменту в умовах ринкової економіки; дослідити сучасні науково-теоретичні підходи до формування бренд-менеджменту; оцінити ступінь його розвитку на підприємствах; розробити методичні рекомендації щодо впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність підприємства для ефективного управління брендом.

Виклад основного матеріалу. Бренд-менеджмент – це діяльність, що ґрунтується на стратегічній орієнтації підприємства та має спрямованість на забезпечення прихильності споживачів, стійкості конкурентних позицій та довготривалого успіху підприємства [3]. Його метою є розвиток та зростання вартості основного нематеріального активу підприємства – капіталу бренду. Тобто бренд-менеджмент на підприємстві виконує завдання забезпечення стійкого довгострокового попиту на продукцію; надання бренду додаткової цінності; формування стійкої бази для розширення бренду шляхом диференціації продукції; створення можливостей виходу на нові ринки і, в кінцевому результаті, підтримання відповідного рівня прибутковості.

Предметом бренд-менеджменту виступає система виробничих відносин, яка скеровує управління виробництвом на задоволення потреб споживачів за рахунок створення ланцюга «виробник – споживач», кожна ланка якого сприяє збільшенню цінностей для кінцевого споживача. Відповідно, об'єктами бренд-менеджменту є бренд, споживач та підприємство.

Основною метою формування стратегії розвитку бренду є досягнення конкурентних переваг, тому стратегію розвитку бренду доцільно формувати крізь призму основних стадій бренд-менеджменту як процесу управління [4].

На першому етапі визначається ставлення споживачів до бренду, що дає змогу встановити тип споживача, на який орієнтується бренд; а також формулюються критерії вибору, які властиві визначеному типу споживача; мотиви, якими керуються споживачі під час придбання бренду; інформація про погляди споживачів на конкуруючі бренди.

Другий етап передбачає визначення індивідуальних особливостей продукції, насамперед її неповторності та унікальності, на рівні споживчих переваг. Третій – визначення потенціалу бренду з метою побудови його активу. Четвертий – це визначення ідентичності бренду, що дає змогу встановити напрям його розвитку. П'ятий етап – вибір прийнятної бренд-стратегії, яку пропонуємо здійснювати за трьома критеріями відповідності: ринковому середовищу; ресурсам підприємства; споживчій аудиторії. Таким чином можна побудувати структурну схему управлінських дій, які відбуватимуться на вищенаведених етапах стратегії просування бренду.

Бренд – це образ, який існує у свідомості споживачів як реакція на товарний знак. Це обіцянка виробника за допомогою товару постійно надавати споживачу специфічний набір якостей, цінностей та послуг. Бренд – це сутність, що постійно розвивається у часі, від марки як концепції, яка складається з відомих елементів (фірмової назви, фірмового знаку, слогану), до чітко сприйнятої споживачами сукупності функціональних та емоційних елементів, що єдині з самим товаром та засобом його представлення. У цьому полягає головна відмінність бренду від товарного знаку, який являє собою позначення, які здатні відокремлювати відповідно товари та послуги одних юридичних та фізичних осіб від однорідних товарів та послуг інших юридичних та фізичних осіб. Далеко не кожна марка може стати брендом: для цього вона повинна стати відомою на ринку та завоювати довіру покупців. Можна виокремити такі етапи бренд-менеджменту:

1. Створення візуально-словесного вираження: фірмова назва; товарний знак; фірмовий стиль; слоган.

2. Використання у діяльності: ділових документах; рекламних заходах; рекламних сувенірах.

3. Формування бренду: рамки бренду; програма просування бренду; аналіз результатів програми.

4. Бренд, що вже створений та розвивається: дослідження; діагностика; програма подальшого розвитку.

Процес розвитку бренду має безперервний характер: навіть після того, як він починає самостійно працювати на ринку та приносити прибуток, необхідно здійснювати його оновлення, яке викликане змінами ринкового середовища та споживацького сприйняття [5].

Концепція брендингу виникла у межах північноамериканської школи маркетингу як практичний

напрям. Вважається, що вперше система управління брендом була запропонована та використана у компанії Procter&Gamble на початку 30-х рр. співробітником на ім'я Нік МакЕлрой, який був відповідальним за торгову марку мила «Camay» [6].

Можна сказати, що бренди та концепція управління ними з'явилися у той період, коли економічна система Заходу, що базується на принципах конкуренції, вже не могла без них обходитися. Їх використання стало єдиним засобом ідентифікації товарів за допомогою одного слова. Але поняття «брендинг» у розумінні його як маркетингової політики та філософії фірми увійшло у наш лексикон набагато пізніше. І, незважаючи на те, що розроблення концепції брендингу досить давно здійснюється багатьма зарубіжними дослідниками, єдиної та загальновизнаної думки стосовно цього питання немає.

У західній літературі є декілька видів брендів. Споріднені бренди – це бренди, які вміщують у себе як назву товарів, так і ім'я компанії-виробника. Наприклад, розробленням подібних брендів займається компанія «Nestle». Як один із різновидів споріднених брендів використовується «бренд-парасолька». У цьому разі найчастіше наголошується на просуванні корпоративного бренду і закріпленні його у свідомості споживача як гарантії якості. У рекламі продукції фірми демонструється її логотип, як, наприклад, реклама компанії «Danone».

У практиці маркетингу також є поняття «індивідуальний бренд». Індивідуальні бренди – це самостійні назви товару, які не містять навіть далекого натяку на компанію-виробника або країну походження. Наприклад, компанія «Procter&Gamble», продукція якої виробляється під бренд-назвами «Ariel» , «Tide» та ін., які абсолютно не пов'язані з назвою компанії. Деякі компанії називають брендами окремі товарні лінії. Наприклад, компанія «Jonson&Jonson» продає під маркою «Jonson's Baby» серію дитячих гігієнічних товарів, а під маркою PH5.5 – лінію для догляду за волоссям і шкірою для дорослих.

Як бачимо, бренд у західному розумінні є ключовим пунктом у міжнародній маркетинговій політиці фірми. Аналізуючи вищезгадане, можна виділити такі стратегічні підходи до створення брендів у західній літературі:

– створення бренду, який містить у собі як назву продукції, так і назву виробника (споріднені бренди);

– створення індивідуального бренду, який передбачає самостійні назви товарів без будь-якого натяку на фірму-виробника (вони можуть по-різному позиціонуватися на ринку).

Але єдине, на що слід зробити наголос, це те, що у західній літературі бренд сприймається як особлива філософія бізнесу, як шлях досягнення успіху. Вищезгадані аспекти дають змогу розглядати бренд як складне та багатогранне поняття. Взаємодія на ринку споживача, товару та виробника формує основу для виникнення бренду як єдиного цілого. Ключовими елементами бренду є торгова марка, бренд-імідж та брендинг. Їхнє головне завдання – створення значного марочного капіталу, тобто ринкового потенціалу бренду, який особливо важливий у довгостроковому аспекті [7].

Розглянемо «східний» підхід до створення брендів. В Азії прийнята дещо інша концепція – корпоративний бренд. Фактично в Японії торгова марка товару без гарантії корпоративної марки не стала б купуватися. В Японії історично склалося, що після активного розвитку ринку у 50–60-ті роки, під час цінової конкуренції, покупці стали приділяти надмірну увагу якості товару. Але водночас її здатні забезпечити лише компанії-виробники, які мають достатній капітал для інвестування у наукові розробки. І тому західна система підходу до аналізу брендів споживачами, коли покупець навіть не знає, яка саме компанія виробляє товар, зовсім не узгоджувалася з японським менталітетом 60-х років, коли якість товару ототожнювалася з розміром самої компанії, її активами та капіталом. Саме тому у Японії склалася своя система рекламного та бренд-менеджменту. Наприклад, назва компаній «Sony» та «Panasonic», які вже зарекомендували себе як всесвітні лідери якості, стає «парасолькою» для назв «суббрендів» для товарних ліній (Sony Walkman – плеєри, Sony Trinitron – телевізори). Тобто в Японії первісно назва компанії (те, що стоїть за нею) є найголовнішою. Отже, основна цінність для японських компаній – високий корпоративний імідж, а не імідж окремих брендів [8].

Але світ не стоїть на місці. Економічне життя кожної країни розвивається настільки швидко, що майже неможливо говорити про якісь сталі тенденції. Тому в 90-х роках XX ст. відбулася інтеграція західного та східного підходів до бренд-менеджменту. Як ми можемо спостерігати, японські компанії почали впроваджувати систему вільних брендів (наприклад, компанія «Toyota» позиціонує абсолютно незалежно бренди «Toyota»та «Lexus»). Але водночас європейські компанії, як, наприклад, «Philips», проводять рекламні кампанії своїх товарів лише під слоганами з корпоративним брендом «Philips – змінимо життя на краще».

Висновки з проведеного дослідження. На сучасному етапі бренд-менеджмент переходить у нову стадію – він стає основою діяльності організації і дає їй змогу опосередковано через управління брендом товару управляти її іміджем.

Формування стратегій управління брендом товару доцільно проводити у розрізі основних елементів: формування стратегій управління товарним портфелем підприємства; товарними

марками товарів, що реалізує підприємство; ціновою політикою підприємства; методами збуту та засобами мерчандайзингу; сервісною підтримкою. З погляду на зазначені положення і висновки, підприємствам України слід спрямовувати зусилля бренд-менеджерів на розвиток комунікативних зв'язків, тобто на аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей організації, що передбачає не лише спрямованість на ринок товарів і отримання прибутку, але й отримання зворотної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень щодо виробничих процесів, фінансових та маркетингових заходів, правового захисту бренду, стратегічних орієнтирів організації.

У кожній системі бренд-менеджменту є свої позитивні та негативні риси, які фірма повинна враховувати під час розроблення своєї стратегії. Серед переваг західної системи брендів слід виділити страхування від помилок: якщо на ринок вийде неякісний товар, це ніяк не позначиться на продажу інших брендів та іміджу компанії загалом. Але східний підхід роботи з брендами дозволяє компанії ефективніше боротися з конкурентами і за допомогою корпоративного бренду виводити на ринок інші товари та послуги. Як свідчить практика, товарні та корпоративні бренди часто використовуються спільно, переносячи корпоративний імідж на продукт. У цьому разі корпоративні бренди найчастіше виступають як «парасолька», яка закриває весь товарний асортимент, тобто єдиний товарний знак, упаковка, фірмовий стиль, рекламний матеріал. Всі ці елементи робляться у єдиній емоційній стилістиці, що викликає у споживачів схожі або навіть однакові асоціації.

Отже, бренд-менеджмент – це пріоритетна функція усіх управлінців, а бренд-стратегія в межах системи бренд-менеджменту – це інвестиції в майбутнє організації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Свірідова С.С., Стойловська О.М. Проблеми стратегічного управління підприємством. Вісник Хмельницького університету. 2011. № 6. С. 290−292.

2. Завадяк Р.І., Бойко Я.М., Гопак Н.М. Стан стратегічного управління на підприємствах з виробництва одягу. URL: http://dspace.uzhnu.edu.ua (дата звернення: 18.10.2019).

3. Гнатенко А.І., Поліщук Ю.А. Актуальні питання запровадження стратегічного підходу в менеджмент підприємств України. Теорія та практика державного управління. 2017. № 2(57). С. 1–7.

4. Данилюк В.О. Загальні проблеми стратегічного управління технічним розвитком підприємств України. URL: www.lib.nau.edu.ua (дата звернення: 18.10.2019).

5. Мокіна Ю.В., Кавуненко О.М. Проблеми стратегічного менеджменту великого та середнього бізнесу в Україні. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2013. № 3. С. 22−27.

6. Соколюк І.Р. Проблеми стратегічного управління на підприємствах України та шляхи їх вирішення. URL: http://wp.viem.edu.ua/konf7/art.php?id=0313 (дата звернення: 18.10.2019).

7. Мізюк Б.М. Особливості стратегічного управління підприємством. Фінанси України. 2012. № 12. С. 56−62.

REFERENCES:

1. Sviridova S.S., Stojlovsjka O.M. (2011) Problemy strateghichnogho upravlinnja pidpryjemstvom [Problems of strategic enterprise management]. Bulletin of Khmelnitsky University, no. 6, pp. 290−292.

2. Zavadjak R.I., Bojko Ja.M., Ghopak N.M. Stan strateghichnogho upravlinnja na pidpryjemstvakh z vyrobnyctva odjaghu [The state of strategic management in clothing production enterprises]. Available at: http://dspace.uzhnu.edu.ua (accessed 18 October 2019).

3. Ghnatenko A.I., Polishhuk Ju.A. (2017) Aktualjni pytannja zaprovadzhennja strateghichnogho pidkhodu v menedzhment pidpryjemstv Ukrajiny [Topical issues of introducing a strategic approach to the management of Ukrainian enterprises]. Theory and practice of public administration, no. 2(57), pp. 1–7.

4. Danyljuk V.O. Zaghaljni problemy strateghichnogho upravlinnja tekhnichnym rozvytkom pidpryjemstv Ukrajiny [General problems of strategic management of technical development of Ukrainian enterprises]. Available at: www.lib.nau.edu.ua (accessed 18 October 2019).

5. Mokina Ju.V., Kavunenko O.M. (2013) Problemy strateghichnogho menedzhmentu velykogho ta serednjogho biznesu v Ukrajini [Problems of Strategic Management of Large and Medium Business in Ukraine] Bulletin of the Vinnitsa Polytechnic Institute, no. 3, pp. 22–27.

6. Sokoljuk I.R. Problemy strateghichnogho upravlinnja na pidpryjemstvakh Ukrajiny ta shljakhy jikh vyrishennja [Problems of strategic management at Ukrainian enterprises and ways of their solution]. Available at: http://wp.viem.edu.ua/konf7/art.php?id=0313 (accessed 18 October 2019).

7. Mizjuk B.M. (2012) Osoblyvosti strateghichnogho upravlinnja pidpryjemstvom [Features of strategic enterprise management]. Finance of Ukraine, no. 12, pp. 56–62.

Martysh Yelyzaveta
Student
Kharkiv Academic-Scientific Institute
State Higher Educational Institution «University of Banking»
Hristoforova Elena
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management and Social and Humanitarian Sciences
Kharkiv Academic-Scientific Institute of the
State Higher Educational Institution «University of Banking»
Novikova Tatiana
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management and Social and Humanitarian Sciences
Kharkiv Academic-Scientific Institute of the
State Higher Educational Institution «University of Banking»

BRAND MANAGEMENT IN THE STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

The purpose of the article. The purpose of the article is to explore the modern conceptual approach to the brand management system. Modern tendencies of the general economic stabilization, saturation of domestic markets with goods, strengthening competition, prospects of development of enterprises in the system of economic ties, the exit of the Ukrainian economic entities in global markets require the use of conceptually new controls strategic enterprise development. In such circumstances, it is the use of the brand and an effective brand management system that will encourage innovation in the production and emergence of new products. However, the process of implementing branding in management is slow, since, first of all, focused on addressing issues related to the efficient use of tangible assets, and the formation of the potential of strategic development at the expense of the brand as an intangible asset of the enterprise remains out their attention. This situation is caused by certain problems of socio-economic nature, absence experience and insufficient scientific and methodological support of brand management, taking into account the peculiarities market economy in Ukraine.

Methodology. The purpose of the article is to explore the modern conceptual approach to the brand management system. Research methods In carrying out the work scientific methods of research: synthesis; induction; systematization and groupings; economic analysis; chronological methods; graphic representation method of results.

Results. At the present stage, brand management is moving into a new stage – it becomes the basis of the organization and allows it indirectly through the management of the brand product to manage its image.

It is advisable to carry out the formation of brand management strategies in the context of the basic elements: formation of strategies for managing the product portfolio of the enterprise; trademarks of goods sold by the enterprise; enterprise price policy; sales methods and merchandising tools; service support. In view of these provisions and conclusions, Ukrainian companies should focus their efforts on brand managers to develop communications, that is, to analyze the external environment and internal capabilities of the organization, which provides not only product market orientation and profit, but also feedback to make effective management decisions on production processes, financial and marketing activities, legal protection of the brand, strategic guidelines of the organization.

Each brand management system has its own positive and negative features that the firm should take into account when developing its strategy. One of the advantages of the Western branding system is the error insurance: if poor quality products enter the market, this will not affect the sales of other brands and the image of the company as a whole. But the oriental branding approach allows the company to compete more effectively with its competitors and, with the help of a corporate brand, to market other products and services. As evidenced by the practice, brand and corporate brands are often used together to transfer corporate image to the product. In this case, corporate brands often act as an "umbrella", which covers the entire product range, ie a single trademark, packaging, corporate identity, promotional material. All these elements are made in a single emotional style that causes similar or even similar associations among consumers.

Therefore, brand management is a priority function for all managers, and brand strategy within the brand management system is an investment in the future of the organization.

Practical implications. The introduction of a strategic approach in management at domestic enterprises will contribute to faster achievement of the set goals, increase of competitiveness and efficiency of activity.

Value/originality. To build a strong brand and be effective management should form an appropriate enterprise management system. An important task of such a management system is to orient the activities of all units enterprises to strengthen the brand position and increase its consumer value. Therefore, the question of forming a brand-oriented enterprise management system need further exploration and development.

СТРАТЕГІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ
THE STRATEGICS OF A RETAIL NETWORK

УДК 339.378-043.86
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-31

Новікова Н.М.
к.е.н., доцент кафедри економіки
та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-
економічний університет

У статті розкрито сутність поняття «стратегія» та надано характеристику і визначено сфери застосування таких стратегій торгової мережі, як безпеки бізнесу, зростання, пошуку особливих ніш, переходу в регіони, інтернаціоналізації, утримання, скорочення, продажу бізнесу. Сформовано систему кількісних та якісних показників, за допомогою яких можна оцінити ресурсний потенціал регіону діяльності торгової мережі. Основними напрямами оцінювання потенціалу регіону є стан природних ресурсів, соціально-демографічна ситуація регіону, соціально-економічний розвиток, фінансово-інвестиційні ресурси, галузевий стан, стан регіонального менеджменту, інноваційні ресурси. Під час вивчення стану та перспектив розвитку соціально-економічного потенціалу регіону пропонується використовувати також інтегральний показник у вигляді мультиплікативних моделей. Визначено форми реалізації стратегії роздрібної торгової мережі. Це може бути самостійний розвиток торгової мережі, придбання, франчайзинг, спільна діяльність,оренда приміщення в межах наявного торгового центру, злиття.

Ключові слова: *стратегія, види стратегій діяльності, торгова мережа, ресурсний потенціал регіону, оцінка ресурсного потенціалу регіону.*

В статье раскрыта сущность понятия «стратегия», сфера примененения и предоставлена характеристика таких стратегий торговой сети, как безопасности бизнеса, роста, поиска особенных ниш, перехода в регионы, интернационализации, поддержки, сокращения, продажи бизнеса. Сформирована система количественных и качественных показателей, с помощью которых можно оценить ресурсный потенциал региона деятельности торговой сети. Основными направлениями оценки потенциала региона является состояние природных ресурсов, социально-демографическая ситуация региона, социально-экономическое развитие, финансово-инвестиционные ресурсы, состояние отрасли, состояние регионального менеджмента, инновационные ресурсы. При изучении состояния и перспектив развития социально-экономического потенциала региона предлагается использовать также интегральный показатель в виде мультипликативной модели. Определены формы реализации стратегии розничной торговой сети. Это может быть самостоятельное развитие торговой сети, приобретение, франчайзинг, совместная деятельность, оренда помещения в пределах торгового центра, поглощение.

Ключевые слова: *стратегия, виды стратегий деятельности, торговая сеть, ресурсный потенциал, оценка ресурсного потенциала региона.*

The desire of retailers to have and strengthen strong competitive positions in the market and to enter new segments of the market can be ensured by the ability of managers to clearly define the strategy. The scientific article reveals the essence concept of strategy and characterizes and scope of such trading network strategies as business security – one of the important strategies of any trading network and assumes that the following strategies are available: 1) a forward-looking strategy, 2) an adequate response strategy, which is to make management decisions aimed at neutralizing external and internal threats, 3) a security strategy that involves the protection of information and property of the enterprise, as well as the security of personnel; growth – which the trading network can develop one of three varieties of strategy: intensive (or natural) growth; integration growth, diversification; search for special niches – this strategy is chosen by small or new retailers which want to find specific market niches transition to regions, internationalization, retention, reduction, and sale of business. A choice of strategy is most influenced by the goals, financial, material and labor resources of the network, the size of the network, the priorities of owners and managers. A system of quantitative and qualitative indicators has been formed, with the help of which it is possible to estimate the resource potential of the region of trading network activity. The main areas of assessment of the potential of the region are the state of natural resources, socially-demographic situation of the region, socially-economic development, financial and investment resources, industry status, state of regional management, innovative resources. When you are studying the state and prospects of development of socially-economic potential of the region, it is proposed to use an integral indicator in the form of multiplicative model. The forms of implementation of the strategy of retail trade network are determined. This can be an independent development of the trading network, acquisition, franchising, joint activities, leasing of premises within the existing shopping center, merger.

Key words: *strategy, kind of strategics, trading network, resource potential of the region, assessment of the resource potential of the region.*

Постановка проблеми. Перед сучасними роздрібними торговими мережами постійно постає питання вибору стратегії діяльності в умовах мінливого, а досить часто і непередбачуваного зовнішнього середовища. З формуванням стратегії діяльності торгової мережі приймаються і рішення щодо стратегічного товарного портфеля, політики у питаннях ціноутворення, диверсифікації, розширення діяльності та забезпечення керованості торгових об'єктів. Важливе завдання торгової мережі під час розроблення стратегії полягає й у визначені позиції торгової мережі на ринку, оцінці змін у попиті та технологіях у майбутньому, розробленні сценаріїв діяльності, визначенні цілей, тобто пріоритетів, над досягненням яких буде працювати мережа в довгостроковому періоді, та формування плану їх реалізації. Обґрунтований вибір стратегії, на основі якої буде здійснюватися управління діяльністю торгової мережі, дасть змогу не лише активно розвиватися, а й забезпечити в тривалому періоді конкурентні переваги мережі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню діяльності торгових мереж, визначенню їхньої сутності та процесу вибору стратегії мережі приділено досить уваги в іноземних та українських наукових працях. Серед них слід відмітити наукові роботи Wong F. Yeng, Rashad Yazdanifard, М. Портера, Н. Голошубової, Г. П'ятницької, Н.О. Власової, О.В. Колчкова, І.Р. Безпалько, О.І. Хоменко, С. Марінова, В.Р. Чаплінського, О.К. Кушнір, О.В. Березіна,

Ю.В. Карпенко, А.Н. Тищенко, Л.С. Ковальської, Н.А. Кизим, А.І. Кубах, Е.В. Давискоби. Їхні наукові дослідження та обґрунтування стали основою для імплементації в інших сферах діяльності. Під час вибору стратегії діяльності торгової мережі виникає потреба в оцінці ресурсного потенціалу регіону, на якому вже працює або планує працювати мережа.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стратегій роздрібних торгових мереж. Відповідно до поставленої мети у статті вирішені такі завдання: визначено сутність та надано характеристику застосуванню основних видів стратегій роздрібних торгових мереж. Оскільки передумовою вибору стратегії є оцінка потенціалу регіону діяльності торгової мережі, в роботі визначено напрями його оцінювання, а також кількісні та якісні показники. Визначено форми реалізації стратегії торгової мережі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прагнення власників торгової мережі мати та зміцнювати сильні конкурентні позиції на ринку, виходити на нові сегменти ринку можуть бути забезпечені здатністю менеджерів чітко визначати стратегію, цілі та перспективи, розвивати конкурентні переваги, розробляти управлінські заходи щодо мінімізації втрат від впливу зовнішніх ринкових загроз та наявності слабких сторін у внутрішньому середовищі підприємства.

Перш за все розглянемо сутність поняття «стратегія». Узагальнення наукової літератури дозволило сформулювати сутність поняття «стратегія» таким чином: генеральна програма діяльності торгової мережі, в якій визначено місію, основні довгострокові цілі, напрям діяльності та необхідні ресурси для досягнення цих цілей і забезпечення доходності та зміцнення конкурентних переваг у довгостроковому періоді [1, с. 1112; 2, с. 216].

За змістом стратегія є довгостроковим плановим документом, результатом стратегічного планування. На вибір стратегії найбільший вплив мають цілі, фінансові, матеріальні та трудові ресурси мережі, розмір мережі, пріоритети власників та керівників. Наприклад, якщо цілі не передбачають інтенсивного зростання мережі, то й не можуть бути вибрані стратегії зростання.

Основу стратегії становить глибокий аналіз наявних тенденцій, загроз та можливостей у зовнішньому середовищі. Від глибини та якості аналізу залежить виявлення проблем та резервів для розвитку.

Також під час формування стратегії важливо враховувати те, що, на відміну від підприємства, стратегія торгової мережі формується для сукупності організацій або центрів прибутку, що взаємодіють на основі єдиного координаційного механізму. І, на думку І.М. Синяєва, С.В. Земляка, діяльність торгової мережі може бути ефективна в тому разі, коли до неї входять не менше 20 магазинів [3].

Провівши власні дослідження та спираючись на результати досліджень інших науковців, автор дійшов висновку про те, що доцільно виокремити такі основні стратегії торгової мережі (рис. 1).

Охарактеризуємо зазначені види стратегій та умови їх застосування торговою мережею.

1. Стратегія *безпеки бізнесу* – це одна з важливих стратегій діяльності будь-якої торгової мережі. Формування цієї стратегії передбачає діяльність зі створення умов для забезпечення необхідного рівня безпеки функціонування роздрібної торгової мережі в умовах нестабільного середовища та передбачає наявність таких різновидів цієї стратегії:

1) стратегія випереджальної протидії, що полягає в передбаченні та попередженні негативних явищ, підготовці до їхньої появи та недопущенні ще на початковому етапі;

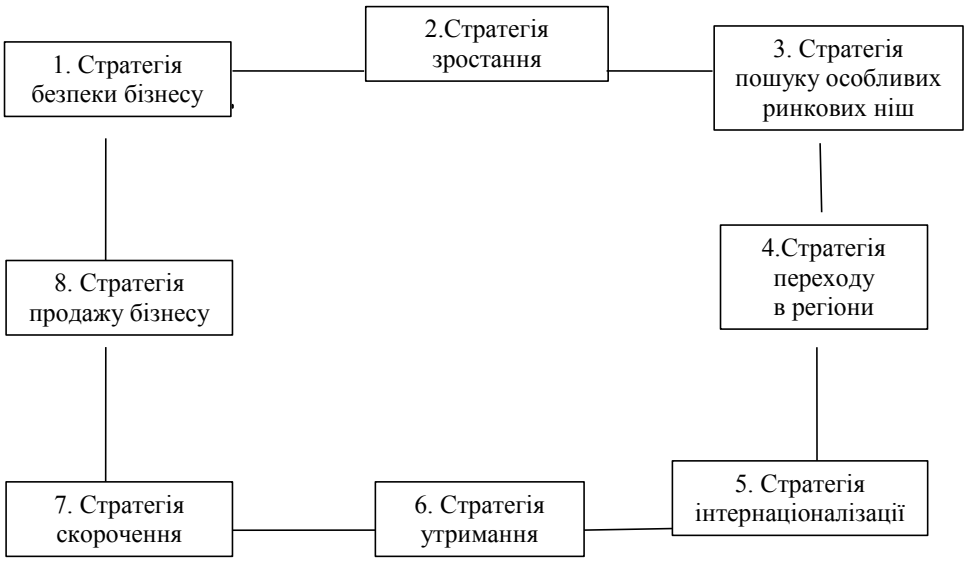


Рис. 1. Стратегії торгових мереж

Джерело: розроблено автором на основі [6–11]

2) стратегія адекватної відповіді, що полягає в прийнятті керівництвом рішень, спрямованих на нейтралізацію зовнішніх і внутрішніх загроз, що постійно виникають на основі фінансового аналізу та зовнішнього середовища підприємства;

3) стратегія захисту, що припускає забезпечення захисту інформації і майна підприємства, а також безпеки персоналу [4].

Високий рівень нестабільності економіки, а також внутрішні негаразди спричиняють негативний вплив на господарську діяльність підприємства та підвищують ступінь невпевненого становища підприємства. Реалізація цієї стратегії передбачає розширення юридичного підрозділу, створення підрозділу інформаційної безпеки, заходи збереження комерційної таємниці, висування претензій як порушникам-контрагентам, так і іншим сторонам, звернення до правоохоронних органів, перевірку кадрової політики, атестацію приміщень, облік носіїв інформації тощо.

2. Стратегія *зростання*, в межах якої торгова мережа може розробляти один із трьох різновидів стратегії: інтенсивного (або органічного) зростання; інтеграційного зростання, диверсифікації. Такі стратегії зазвичай обирають торгові мережі великого розміру, поглинаючи дрібні. Не кожна невелика торгова мережа може конкурувати з гіпермаркетом, надавати значні дисконти своїм покупцям, як це здійснюють великі мережі, отримуючи знижки за значні обсяги закупівлі. Іншим напрямом розширення та збільшення обсягу продажів і прибутку є створення власних торгових марок, що дозволяє зменшити ціни, зберегти якість та розширити коло покупців [4].

3. Стратегія *пошуку особливих ринкових ніш*. Таку стратегію вибирають невеликі або нові торгові мережі, які прагнуть знайти особливі ринкові ніші, які не зайняті великими супер- та гіпермаркетами.

4. Стратегія *переходу у регіони* полягає у виході на нові ринкові простори. Розглядаються можливості переходу великих українських операторів у регіони. Цей вид стратегії передбачає розгляд капіталу як мобільного ресурсу, який доречно експортувати разом із інноваційними технологіями в менш освоєні ринкові території. Це дасть можливість підтримувати обсяги продажів та вийти на нові ринки і завоювати нові верстви покупців. Потрібно враховувати, що й інші мережі заявляють про свої плани проникнення на нові регіони. Вибираючи цю стратегію, мережа повинна оцінити в регіоні рівень наявних доходів населення, рівень розвитку підсобного господарства та позамагазинних форм торгівлі, рівень розвитку підприємницької діяльності, конкуренції, співвідношення попиту та пропозиції, транспортні можливості, організацію товароруху, місцеві ставки орендної плати, рівень закупівельних та роздрібних цін.

5. Стратегія *інтернаціоналізації* – доцільність формування цієї стратегії зумовлена двома чинниками: ринковим (нерозвинена структура роздрібної торгівлі у країні тощо) та специфічними (наявність у мережі відомого бренду, висококваліфікованих менеджерів тощо). Основними мотивами вибору стратегії інтернаціоналізації торгової мережі є прагнення розширити межі ринку, використання привабливих можливостей в іншій країні, висока конкуренція на внутрішньому ринку, амбіції власників мережі, законодавчі обмеження розвитку на внутрішньому ринку. Успішному виходу та закріпленню мережі на інтернаціональному ринку сприяє поширення інформаційних технологій у всіх сферах, що дає змогу встановити якісні комунікаційні зв'язки з усіма аудиторіями. Водночас встановлено, що інформатизація заважає мінімізувати негативні наслідки, що можуть завадити реалізації стратегії, щойно громадськість дізнається про погіршення конкурентних позицій мережі. Після реалізації стратегії інтернаціоналізації мережі підприємства прагнуть реалізовувати стратегію консолідації у країнах- рецепієнтах [11].

6. Стратегія *утримання* – цю стратегію формують мережі, які вже досягли зрілості та прагнуть захистити надбані позиції на ринку, зменшувати витрати, ціни та утримувати покупців. У межах цієї стратегії виокремлюють три її різновиди: захист позиції на ринку та модифікація товарного асортименту; підтримка майнового стану.

7. Стратегія *скорочення* – цю стратегію вибирають торгові мережі, які знаходяться на стадії старіння та поступово скорочують свою діяльність. Тому менеджмент мережі може вибрати політику припинення інвестування та отримання прибутку від продажу товарів та активів. За такої стратегії торгова мережа може відмовитися від низькорентабельних товарів, скорочувати кадри, продавати неефективні самостійні господарські одиниці чи активи, продавати підприємства у разі настання банкрутства.

8. Стратегія *продажу бізнесу*. Основою розроблення цієї стратегії є оцінка власного бізнесу як ресурсу для продажу сильнішим конкурентам. Звичайно, у разі продажу компанії їй доведеться втратити свій бренд. Вибираючи стратегію продажу бізнесу, підприємство торгівлі прагне нарощувати капіталізацію компанії, що дозволить збільшити її ринкову привабливість. Але капіталізацію доречно здійснювати не за рахунок відкриття нових торгових об'єктів, а за рахунок виведення з тіні обороту та збільшення легальності.

Поняття «стратегія торгової мережі» коригує з поняттям «потенціал мережі», яке визначається як сукупність ресурсів, якими володіє мережа, що визначають можливості, обмеження та перспективи діяльності мережі. Важливою складовою частиною потенціалу торгової мережі є наявність її конкурентних переваг: інновацій, матеріальних та нематеріальних ресурсів, інтелектуальних ресурсів.

Вибираючи ту чи іншу стратегію, торгова мережа оцінює також ресурсний потенціал регіону, на якому вже здійснює свою діяльність, а також потенційного регіону з погляду привабливості для розвитку там торгової мережі. Науковцем Л.Л. Ковальською виокремлюється й транзитний потенціал регіону, який розглядається як «сукупність потенційних можливостей та передумов транспортної системи регіону до формування міжрегіональних та міжнародних транспортних коридорів у сфері транзитних перевезень». Наявність транспортної системи є важливою під час оцінювання потенціалу регіону діяльності мережі.

Система показників, що дозволяють оцінити ресурсний потенціал регіону, наведена в табл. 1.

Звичайно, наведена система показників може бути доповнена залежно від глибини дослідження потенціалу регіону. Також оцінювання потенціалу регіону може здійснюватися за допомогою інтегрального показника.

Американські вчені Б. Берман та Дж. Еванс під час обґрунтування вибору місця розташування роздрібного підприємства торгівлі пропонують використовувати індекс купівельної спроможності населення регіону (І к.с.) за такою формулою [9]:

$$Ік.с. = 0,5dд + 0,3dро + 0,2dч \qquad (1)$$

де dд – частка регіону у загальних доходах населення держави;

dро – частка регіону у загальному роздрібному товарообороті держави;

dч – частка регіону у загальній чисельності населення держави

Найбільш доцільно під час визначення стану та перспектив розвитку соціально-економічного потенціалу регіону використовувати середньо-геометрічну модель і представити інтегральний показник у вигляді мультиплікативних моделей.

Інтегральний показник (Kij p) дозволяє оцінити загалом характер та напрям впливу соціально-економічної складової регіонального потенціалу

Таблиця 1

Кількісні та якісні показники оцінювання потенціалу регіону

Напрямок оцінювання	Назва показників
1	2
1. Природні ресурси	Площа регіону Щільність населення
2. Соціально-демографічна ситуація регіону	Кількість зайнятого населення Кількість великих міст та містечок Темпи приросту кількості населення Рівень безробіття до економічно активного населення Транспортний зв'язок Наявність туристичних об'єктів Туристичний потік Темпи приросту туристів
3. Соціально-економічний розвиток	Обсяг реалізації промислової продукції Темпи зростання виробництва промислової продукції Обсяг наявних грошових доходів населення Темпи зростання грошових доходів населення Обсяг грошових доходів на 1 особу Співвідношення обсягів експорту та імпорту
4. Фінансово-інвестиційні ресурси	Обсяг інвестицій у промислові та торгові об'єкти Темпи зростання інвестицій Рентабельність операційної діяльності підприємств торгівлі Частка збиткових підприємств торгівлі
5. Галузевий стан (стан торгівлі)	Роздрібний товарооборот Темпи зростання роздрібного товарообороту Кількість торгових мереж Формати магазинів Кількість підприємств роздрібної торгівлі. Торговельна площа підприємств роздрібної торгівлі Кількість ринків Роздрібний товарооборот в розрахунку на 1 особу Торговельна площа на 10 000 населення Торгова площа в розрахунку на 1 магазин роздрібної торгівлі Роздрібний товарооборот в розрахунку на 1 кв.м торгової площі
6. Стан регіонального менеджменту	Ставка місцевих податків Ставка орендної плати Індекс споживчих цін
7.Інноваційні ресурси	Кількість підприємств, що реалізують інноваційну продукцію Кількість підприємств, що реалізували нову для ринку продукцію

Джерело: [7]

на можливості розвитку торговельних мереж в і-му регіоні у j-тий період [9; 10].

$$K_{ij}^{p} = \sqrt[4]{K_{ij}^{1} \cdot K_{ij}^{2} \cdot K_{ij}^{3} \cdot K_{ij}^{4}} \quad (2)$$

де Kij p – інтегральний узагальнюючий показник, що оцінює характер впливу усіх коефіцієнтів на можливості розвитку торговельних мереж і-му регіоні у j-тий період;

Kij 1 – коефіцієнт, що оцінює відстань і-го регіону у j-му періоді від середніх значень за сукупністю регіонів по показнику щільність населення;

Kij 2 – коефіцієнт, що оцінює відстань і-го регіону у j-му періоді від середніх значень за сукупністю регіонів по показнику розмір ВРП на 1 особу населення;

Kij 3 – коефіцієнт, що оцінює відстань і-го регіону у j-му періоді від середніх значень за сукупністю регіонів по показнику розмір грошових доходів населення на 1 особу населення;

Kij 4 – коефіцієнт, що оцінює відстань і-го регіону у j-му періоді від середніх значень за сукупністю регіонів по показнику частка збиткових підприємств. При розрахунках цього коефіцієнту застосовувалась зворотна залежність, яка забезпечує однакову спрямованість усіх індивідуальних коефіцієнтів щодо впливу на розвиток торгових мереж.

Вибір стратегії також передбачає і вибір форми її реалізації. Це може бути:

1) самостійний розвиток мережі;

2) придбання – форма реалізації, яка дозволяє хоч із значними витратами, але швидко вийти на новий регіональний ринок;

3) франчайзинг дає можливість за рахунок купівлі франшизи в короткі терміни вийти на ринок;

4) спільна діяльність – вихід на новий регіон та ринок за рахунок партнера, який працює на ринку;

5) оренда цілого або частини торгового приміщення в межах наявного відомого торгового центру;

6) злиття – об'єднання роздрібних підприємств різних власників.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у процесі дослідження визначено основні стратегії торгових мереж та надано їх характеристику: стратегії безпеки, зростання, пошуку особливих ринкових ніш, переходу в регіони, інтернаціоналізації, утримання, скорочення, продажу бізнесу. Вибираючи ту чи іншу стратегію, підприємству необхідно оцінити ресурсний потенціал регіону, на якому вже здійснює свою діяльність, а також потенційного регіону з погляду можливості реалізації тієї чи іншої стратегії. Оцінку потенціалу доцільно здійснювати в таких напрямах, як: природні ресурси, соціально-демографічна ситуація регіону, соціально-економічний розвиток, фінансово-інвестиційні ресурси, галузевий стан, стан місцевого управління. В межах кожного напряму визначено кількісні та якісні показники оцінювання регіону. Наведена система показників може бути доповнена залежно від глибини дослідження потенціалу регіону.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Wong Yeng, Rashad Yazdanifard. Opportunities and Challenges in the World of Retailing and the Importance of Adaption to the New Markets. *International Journal of Management, Accounting and Economics.*2015. № 9, Vol. 2. P. 1110–11121.

2. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing industries and Competitors. N. Y.: The Free Press, 1998. 397 p.

3. Синяєва І.М., Земляк С.В. Маркетинг в комерції. URL: https://stud.com.ua/3768/marketing/marketing_v_komertsiyi (дата звернення 12.11.2019).

4. Фінансово-економічна безпека: стратегічна аналітика та аудиторський супровід: монографія / за заг. ред. Т.В. Момот. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 340 с.

5. Голошубова Н. Розвиток торговельних мереж в Україні. *Товари і ринки.* 2011. № 1. С. 15–23.

6. П'ятницька Г. Інтернаціоналізація торговельних мереж. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 4. С.28–43.

7. Власова Н.О., Колчкова О.В. Теоретичні аспекти розвитку мережевої форми організації торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.* 2011. Вип. 1. С. 169–176.

8. Хоменко О.І. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства. *Управління розвитком.* 2015. № 3(181). С. 131–137.

9. Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: Монография / Тищенко А.Н. и др. Харьков : ИД «ИНЖЭК», 2005. 176 с.

10. Ковальська Л.Л. Теоретичні дослідження транзитного потенціалу регіону. *Луцький НТУ. Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія»*. 2014. Вип. 11(44) С. 55–68.

11. Marinova S.T. Institutional impacts on firm internationalization. Palgrave Macmillan. NY, 2015. 358 p.

REFERENCES:

1. Wong Yeng, Rashad Yazdanifard (2015) Opportunities and Challenges in the World of Retailing and the Importance of Adaption to the New Markets. *International Journal of Management, Accounting and Economics.* № 9. Vol. 2. pp. 1110–11121.

2. Porter M.E. (1998) Competitive Strategy: techniques for analyzing industries and competitors. N. Y.: The Free Press.

3. Syniaieva I.M., Zemliak S.V. (2011) Marketynh v komertsii [Marketing in commerce] (electronic journal). Available at: https://stud.com.ua/3768/marketing/marketing_v_komertsiyi (accessed 12 November 2019).

4. Momot T.V. (2015) *Finansovo-ekonomichna bezpeka: stratehichna analityka ta audytorskyi suprovid* [Financial and Economic Security: Strategic Analytics and Audit Support]. Kharkiv: KhNUMH im. O.M. Beketova. (in Ukrainian)

5. Holoshubova N. (2011) Rozvytok torhovelnykh merezh v Ukraini [Development of retail in Ukraine]. *Tovary i rynky*, no. 1, pp. 15–23.

6. Piatnytska H. (2017) Internatsionalizatsiia torhovelnykh merezh [Internationalization of trading networks] *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo,* no. 4, pp. 28–43.

7. Vlasova N.O., Kolchkova O.V. (2011) Teoretychni aspekty rozvytku merezhevoi formy orhanizatsii torhivli

[Teoretical aspects of the network forms of trade organization]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh,* vol. 1, pp. 169–176.

8. Khomenko O.I. (2015) Vydy stratehii ta instrumentarii formuvannia stratehii rozvytku pidpryiemstva [Types of strategies and tools for the formation of strategical development enterprise] *Upravlinnia rozvytkom,* no. 3(181), pp. 131–137.

9. Tyshchenko A.N., Kyzym N.A., Kubakh A.Y., Davuskyba E.V. (2005) *Ekonomycheskyi potentsyal rehyona: analyz, otsenka, dyahnostyka* [Economical potential of the region: analysis, rating, diagnostics]. Kh.: YD «YNZhEK». (in Ukrainian)

10. Kovalska L.L. (2014) Teoretychni doslidzhennia tranzytnoho potentsialu rehionu [Teoretical researchers of transits potential region]. *Lutskyi NTU. Ekonomichni nauky. Seriia «Ekonomichna teoriia ta ekonomichna istoriia»,* vol. 11(44), pp. 55–68.

11. Marinova S.T. (2015) *Institutional impacts on firm internationalization*. NY: Palgrave Macmillan.

Novikova Nataliia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Departments of Economics and Financial Enterprise
Kyiv National University of Trade and Economics

THE STRATEGICS OF A RETAIL NETWORK

The purpose of the article. An important condition for the activity of the trading network is not only well-formed assortment and price policies that are in line with demand, but also the existence of a trading network strategy. The formation of the strategy involves making optimal decisions related to the future functioning of the network and their alignment with the current activities. The question of the essence and the process of choosing a company strategy has been given sufficient attention in both foreign and Ukrainian scientific works. At the same time, attention is not paid to the development of a trading network development strategy and the assessment of the economic potential of the trading network market. The purpose of the article is to systematize the strategies of the trading network and determine the criteria for assessing the potential of the region on which the network company plans to work.

Methodology. In the process of scientific research was used such scientific research methods: analysis and synthesis, comparison, grouping – in the study of the concept of strategy and criteria for assessing the potential of the region; graphic method – in order to clearly present the results of the study; generalization – to form the conclusions of the study.

Results. The article defines the essence of strategies of the retail trade network, the dedicated structure and types of networks. The main types of strategies for the development of a retail network are systematized and outlined: Strategic Business Development, Strategic Development, Strategies for International Network Search, Strategic Business Security, Strategic Content, Strategies for Reduction, Strategies for Internationalization. The factors determining the choice one of the type of strategy are determined, the conditions of implementation of each strategy are analyzed. When choosing a network development strategy, an enterprise evaluates the resource potential of the region in which it is already operating, as well as the potential region. The assessment of the potential of the region is carried out with the help of quantitative and qualitative indicators. The potential of the region in which the network plans to operate is appropriate in the following areas: natural resources, socio-demographic situation of the region, socio-economic development of the region, industry status, the state of financial and investment resources, and the state of local government. Within each of these areas, the definition of certain indicators is foreseen. Also the assessment of the potential of the region can be carried out using an integrated indicator.

Practical implications. The main forms of strategy implementation can be: independent development of the network; acquisition – a form of implementation, which allows, although at a considerable cost, but quickly to enter a new regional market; franchising makes it possible, at the expense of buying a franchise, to enter the market in a short time; joint activity – exit to a new region and market at the expense of a partner operating in the market; Rental of a whole or part of a commercial space within an existing well-known shopping center; merger – the unification of the retail business of different owners.

Value/originality. In this work, we considered an formation of strategy. When choosing a strategy, the trading network evaluates the resource potential of region and quantitative and qualitative methods are used in assessing the region's resource potential.

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ НАЛАГОДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ІЗ ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ

USE OF INTERNET MARKETING TO OBTAIN COMMUNICATIONS WITH THE TARGET AUDIENCE

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-32

Пономаренко І.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університет технологій та дизайну
Вінікова І.І
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто специфіку розвитку Інтернет-маркетингу у сучасних умовах. Визначено особливості використання Інтернету у системі маркетингу підприємства. Наведено відмінності використання компаніями основних елементів комплексу класичного маркетингу у цифровому середовищі. Доведено розповсюдження цифрових технологій на сфери, які вважали непридатними для просування за допомогою каналів Інтернет-маркетингу дотепер. Наведено різновиди Інтернет-маркетингу та розкрито їхні основні характеристики. Наведено основні інструменти пошукового маркетингу. Розглянуто основні інструменти маркетингу соціальних мереж. Наведено переваги Інтернет-маркетингу порівняно з традиційними методами просування продукції. Розкрито особливості інструментів комунікацій, які використовуються в Інтернет-маркетингу. Доведено необхідність розроблення цільового контенту для налагодження комунікацій із цільовою аудиторією та посилення зв'язків із наявними клієнтами.
Ключові слова: *Інтернет-маркетинг, електронна комерція, контент, просування, цільова аудиторія.*

В статье рассмотрена специфика развития Интернет-маркетинга в современных условиях. Определены особенности использования Интернета в системе маркетинга предприятия. Приведены отличия использования компаниями основных элементов комплекса классического маркетинга в цифровой среде. Доказано распространение цифровых технологий на сферы, которые считали непригодными для продвижения с помощью каналов Интернет-маркетинга до настоящего времени. Представлены разновидности Интернет-маркетинга и раскрыты их основные характеристики. Приведены основные инструменты поискового маркетинга. Рассмотрены основные инструменты маркетинга социальных сетей. Приведены преимущества Интернет-маркетинга по сравнению с традиционными методами продвижения продукции. Раскрыты особенности инструментов коммуникаций, используемых в Интернет-маркетинге. Доказана необходимость разработки целевого контента для налаживания коммуникаций с целевой аудиторией и усиления связей с имеющимися клиентами.
Ключевые слова: *Интернет-маркетинг, электронная коммерция, контент, продвижение, целевая аудитория.*

The article deals with the specifics of the development of Internet marketing in modern conditions. The features of Internet usage in the enterprise marketing system are defined. The differences between companies use the basic elements of the classic marketing complex in the digital environment. The proliferation of digital technologies has been proven to be in areas that were considered unsuitable for promotion through Internet marketing channels to date. Innovation is gradually coming into areas that have traditionally been considered unsuitable for active use of the Internet. For example, government agencies are gradually introducing a complex of services over the Internet, medical institutions provide some consulting services through the use of technologies such as Skype and Google Hangsout, law firms provide information legal support through appropriate messengers, etc. Varieties of Internet marketing are presented and their main characteristics are revealed. Here are some basic search engine tools. The basic tools of social network marketing are considered. The advantages of Internet marketing are compared with traditional methods of product promotion. Features of communication tools used in Internet marketing are revealed. The need to develop targeted content has been proven to build communication with the target audience and to strengthen communication with existing customers. Modern companies are actively using Internet marketing tools to ensure an appropriate level of competitiveness and reach their target audience. Due to the complex combination of the appropriate tools, it is possible to increase the likelihood of contact and attract potential customers on various resources on the Internet. It is established that content plays an important role, which is formed depending on the characteristics of the company and its products, the specifics of the market, the socio-demographic and psychological characteristics of the target audience and other factors. Modern Internet users like only thematic and relevant content that meets their needs. It is very difficult to meet the needs of business users in the context of digitization, as there are a large number of web resources on the Internet that generate large amounts of information daily in text and graphics, video and audio.
Key words: *Internet marketing, e-commerce, content, promotion, target audience.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах значна кількість населення в усіх країнах світу використовує Інтернет у повсякденному житті, застосовуючи глобальну інформаційну мережу для вирішення робочих питань, придбання певних товарів та послуг, у розважальних цілях, комунікацій із різною цільовою аудиторією (родичі, друзі, клієнти, однодумці, потенційні партнери та ін.). Орієнтуючись на сучасні тренди, більшість компаній використовує Інтернет для налагодження комунікацій із цільовою аудиторією. Бізнес намагається реалізовувати різноманітні маркетингові стратегії у цифровому середовищі. Інтернет дозволяє компаніям реалізовувати динамічні масштабні заходи для різноманітних груп цільової аудиторії в широких географічних межах за умови менших у порівнянні з офлайн-середовищем грошових ресурсів. Реалізувати комплексні маркетингові стратегії та досягнути поставлених завдань можливо за умови використання Інтернет-маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань Інтернет-маркетингу присвячено праці таких учених, як Л. Вінарік, Ф. Котлер, Л. Литовченко, Г. Ляшенко, М. Макарова, Р. Уілсон, І. Успенський, А. Хартман та ін. Поряд із цим активний розвиток інноваційних технологій та їх інтеграція в маркетингові стратегії компаній передбачає постійне дослідження окресленої наукової проблематики.

Постановка завдання. Мета статті полягає у проведенні комплексного аналізу особливос-

тей використання Інтернет-маркетингу для налагодження комунікацій із цільовою аудиторією. Досягнення поставлених завдань передбачає проведення комплексного дослідження поточної ситуації та розроблення на основі отриманих результатів практичних рекомендацій у сфері Інтернет-маркетингу для компаній, які реалізують товари та послуги у цифровому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-маркетинг є одним з напрямів маркетигу та являє собою сукупність заходів, орієнтованих на просування компанії, торговельної марки, бренду, товарів або послуг в мережі Інтернет. Специфіка Інтернет-маркетингу передбачає використання усі складових частин традиційного маркетингу у глобальній мережі. Складовими частинами маркетинг-міксу є ціна, товар, просування (маркетингові комунікації та пошуковий маркетинг в мережі Інтернет), а також розподіл. Використання Інтернету значною чисельністю населення дає можливість використовувати різноманітні підходи в процесі побудови комунікацій між компаніями та потенційними клієнтами. Інтернет-маркетинг завдяки характерним рисам можна досліджувати як невід'ємну складову частину електронної комерції [1].

Інтернет-маркетинг передбачає використання компаніями основних елементів комплексу класичного маркетингу – 5Р (продукт, ціна, канал, просування, люди). Поряд із цим кожен із зазначених елементів має свої відмінності реалізації у глобальній мережі, яка виступає як інноваційний ринок. На рис. 1 наведено можливості використання ресурсів і інструментів Інтернет в системі маркетингу сучасного підприємства.

У мережі Інтернет реалізуються різноманітні товари, які є традиційними для ринку, тобто мають фізичні властивості та можуть реалізовуватися офлайн. У такому разі глобальна мережа виступає як додаткове середовище для пошуку цільової

Рис. 1. Особливості використання Інтернету у системі маркетингу підприємства

Джерело: [2]

аудиторії, налагодження з нею зв'язку та продажу товарів. Поряд із цим Інтернет може використовуватися для рекламування комплексу традиційних послуг, які надаються у повсякденному житті.

Специфіка Інтернету дозволяє в сучасних умовах компаніям реалізовувати інноваційні продукти, що мають електронну, інформаційну або цифрову природу. Нематеріальна основа зазначених товарів та послуг передбачає специфічні відносини між компаніями та цільовою аудиторією. Віртуальна основа продуктів вимагає від клієнтів усвідомлення корисності придбаних благ, тому основними цільовими групами виступає населення молодшого та середнього віку.

Поряд із цим низка традиційних продуктів в епоху активного використання Інтернету трансформувалася та може проявлятись як у фізичному, так і у цифровому вигляді. Наприклад, одночасно з газетами та журналами можуть існувати їхні електронні варіанти у мережі, до яких надається доступ на безкоштовній, умовно безкоштовній або платній основі. Іншим прикладом є трансформація класичних банківських послуг у систему Інтернет-банкінгу, головною перевагою якого є можливість здійснення значного набору фінансових послуг у режимі 24/7 в будь-якому місці [3].

Інновації поступово приходять у сфери діяльності, які традиційно вважалися непридатними для активного використання Інтернету. Так, органи державного управління поступово запроваджують комплекс послуг через Інтернет, медичні заклади надають деякі консультаційні послуги за допомогою використання таких технологій, як Skype та Google Hangsout, юридичні компанії здійснюють інформаційну правову підтримку за допомогою відповідних месенджерів тощо.

Інтернет-маркетинг включає декілька різновидів (рис. 2), які характеризуються певними особливостями, а також мають спільні риси.

Розглянемо більш детально кожен із різновидів Інтернет-маркетингу:

1. Пошуковий маркетинг – це складна система, що передбачає реалізацію комплексу заходів стосовно забезпечення високих позицій веб-ресурсів компанії у пошуковиках, сприяючи залученню цільової аудиторії з подальшим продажем певної продукції. Забезпечуючи високу видимість веб-ресурсу, компанії вдається показати товари або послуги певної компанії користувачам, які здійснюють пошук аналогічної продукції. В умовах значної конкуренції в мережі Інтернет цей підхід використовують компанії, які тільки виводять на ринок нову продукцію. Поряд із цим пошуковий маркетинг активно застосовують відомі компанії для підтримки високого рівня їхньої ідентифікації цільовою аудиторією, у цьому разі можна говорити про забезпечення нагадувальної функції маркетингу [5].

Рис. 2. Різновиди Інтернет-маркетингу

Джерело: [4]

Для отримання оптимального результату під час використання пошукового маркетингу використовуються різноманітні інструменти, комбінації яких трансформуються у відповідності зі специфікою функціонування компанії, характеристиками продукції, особливостями цільової аудиторії тощо (рис. 3).

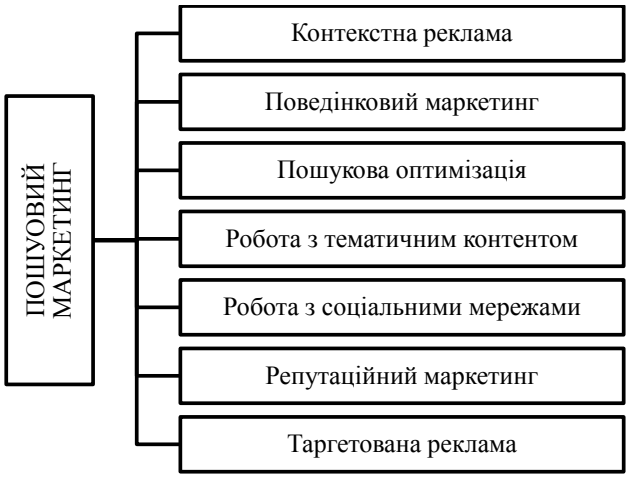


Рис. 3. Основні інструменти пошукового маркетингу

Джерело: [5]

2. Прихований маркетинг виступає як таємний інструмент просування, що передбачає створення у цільової аудиторії уявлення про цінність інформаційного контенту про товари або послуги у вигляді порад та його нерекламну природу. Відомості повинні подаватися органічно у процесі комунікації, тобто неприпустима нав'язливість

будь-якої інформації про продукцію компанії цільовій аудиторії [6].

3. Партизанський маркетинг, з погляду американського рекламіста Дж. Левінсона, передбачає використання недорогих та нестандартних методів залучення цільової аудиторії [7].

Партизанський маркетинг в Інтернеті повинен базуватися на принципі віральності, що дозволяє використовувати користувачів мережі як добровільних розповсюджувачів контенту з відомостями про компанію або її продукцію серед цільової аудиторії. Відвідувачі, розповсюджуючи між собою вірусні відео, музичні твори та інший контент, розглядають зазначені матеріали як ознайомчі, тобто відбувається приховане просування продукції певної компанії. У сучасних умовах у процесі реалізації партизанського маркетингу краще використовувати різноманітні соціальні мережі, враховуючи специфіку продукції та її цільову аудиторію.

4. Вірусний маркетинг – це технологія створення тематичного контенту, який характеризується певною емоційною прив'язкою цільової аудиторії та добровільним розповсюдженням користувачами зазначеної інформації серед інших відвідувачів веб-ресурсів в Інтернеті. Завдяки цікавому сюжету або іншим нестандартним атрибутам відео одні користувачі радять іншим переглянути ролики, тим самим виступаючи розповсюджувачами рекламних відомостей серед цільової аудиторії. Ключовими факторами успішності вірусної кампанії є несподіваність та непередбачуваність, які проявляються завдяки реалізації оригінальної ідеї. Використання шаблонних рішень або намагання скопіювати оригінальну ідею іншої компанії у багатьох випадках не дозволяють отримати велику популярність відеоконтенту [8]. Вірус можна описати за допомогою такої формули:

Формула вірусу = ідея + емоція + посів + поширення

5. Маркетинг ву соціальних мережах – це ефективний інструмент, який дозволяє просувати товари та послуги у соціальних медіа. Правильна ідентифікація спільнот, які потенційно зацікавлені у придбанні продукції компанії, а також коректна подача цільового контенту учасникам відповідних медіа значно збільшує ймовірність збільшення рівня продаж, а також створення стійких взаємозв'язків у довгостроковій перспективі. До основних інструментів SMM належать:

– реалізація комплексу заходів щодо ведення блогу на різних платформах, що передбачає його оформлення, розміщення на постійній основі актуального контенту та ведення активного діалогу з користувачами;

– застосування різноманітних інструментів для просування блогу;

– приділення значної уваги реагуванню на коментарі шляхом надання розвернутих компетентних відповідей;

– стимулювання активного обговорення певних тем та реалізація концепції прихованого маркетингу із залученням агентів впливу;

– реалізація концепції прямого маркетингу завдяки спілкуванню з користувачами соціальних мереж від імені компанії;

– пряма реклама в тематичних спільнотах і на сторінках популярних блогерів;

– активне використання цільвого контенту у відповідності з підходами вірусного маркетингу;

– підтримка позитивного іміджу компанії та її продукції у соціальних медіа. Реалізація комплексу заходів для боротьби з негативом в Інтернеті;

– комплекс заходів щодо оптимізації веб-ресурсів компанії, виходячи зі специфіки функціонування соціальних медіа.

6. Афілійований (партнерський) маркетинг – це рекламна модель, що передбачає налагодження співпраці на платній основі між компанією, яка реалізує певні продукти, та партнерами-генераторами трафіку (веб-ресурси, блогери та ін.) з метою реалізації певної продукції. Комісійний збір стимулює партнерські інституції реалізовувати різноманітні стратегії для просування компанії-реалізатора товарів або послуг, оскільки зі зростанням прибутку збільшується обсяг винагороди для контрагентів. Даний вид маркетингу почав активно розвиватись в епоху цифрових технологій та інтенсивного впровадження Інтернету у повсякденне життя суспільства. У якості платформ можуть виступати веб-сайти різних компаній, акаунти та спільноти у соціальних медіа, тематичні форуми та ін. [9].

Порівняно з традиційними методами просування продукції Інтернет-маркетинг характеризується такими перевагами:

1. Інтерактивність. Завдяки сучасним електронним пристроям (ноутбуки, планшети, смартфони, смарт-годинники тощо) компанії мають можливість безперервно контактувати з цільовою аудиторією через мережу Інтернет. Онлайн-взаємозв'язок дозволяє оперативно надсилати потенційним клієнтам цільові пропозиції та дає можливість проводити комплексне дослідження зворотнього зв'язку від клієнтів.

2. Таргетування. Завдяки використанню алгоритмів здійснюється ідентифікація споживачів за різними соціально-демографічними характеристиками та проводиться співпраця з визначеними групами завдяки використанню специфічних для кожної спільноти інструментів.

3. Веб-аналітика. На ринку існує велика кількість програмного забезпечення, яке інтегрується у веб-ресурси компаній та дає можливість збирати комплексну статистичну інформацію. Зазначений підхід є дуже гнучким, оскільки існує можливість у налаштуванні системи для збору великої кількості метрик. На основі отриманих даних відповідні структурні підрозділи компанії відслідковують

активність різноманітних груп відвідувачів, проводять оцінювання ефективності рекламних кампанії та відповідним чином корегують маркетингову стратегію в мережі Інтернет.

4. Економічна ефективність. Існує можливість забезпечити високий рівень ROI завдяки побудові ефективної стратегії просування та використання для досягнення поставленої цілі економічно обґрунтованого обсягу грошових ресурсів.

В мережі Інтернет зв'язки з цільовою аудиторією, як і втрадиційному PR орієнтовані на побудові комплексної системи впливу на потенційних клієнтів з метою звернення їх уваги на бренд, конкретні товари або послуги. Інтернет-маркетинг характеризується певними особливостями комунікацій, які необхідно враховувати при налагодженні зв'язків з цільовою аудиторією (рис. 4). Певніх підходи, які дуже ефективно працюють при безпосередньому контакті між представниками компанії та потенційними клієнтами, у мережі Інтернет можуть не працювати або мати низький рівень ефективності Розглянемо більш детально кожну з цих особливостей:

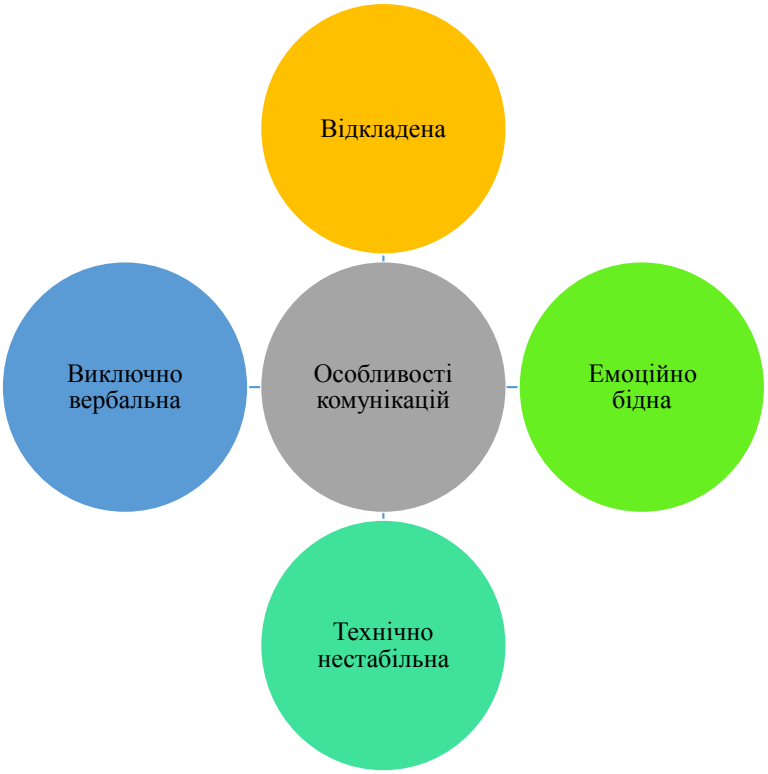


Рис. 4. Особливості інструментів комунікацій, які використовуються в Інтернет-маркетингу

Джерело: [10]

1. Відкладена комунікація. За умови значної за обсягом цільової аудиторії кількість звернень впродовж певної одиниці часу може бути дуже великою. Особливості каналу комунікацій у значній мірі впливають на швидкість відповідей на запити користувачів: у месенджерах та чатах обробка питань та надання компетентних відповідей займає хвилини; у соціальних мережах та електронній пошті відповіді можна очікувати від декількох годин до декількох днів. Головним питанням у даному випадку є необхідність забезпечення зворотного зв'язку з потенційними клієнтами упродовж допустимого проміжку часу, оскільки затримки у комунікації будуть негативно сприйматись відвідувачами та призведуть, у багатьох випадках, до вибору альтернативи у вигляді товарів або послуг конкурентів компанії. Слід відмітити, що оперативність та компетентність відповідей на запити залежить від кількості залученого персоналу та рівня їх професійної підготовки. Тобто зростання якості зворотнього зв'язку передбачає виділення значних грошових ресурсів.

2. Виключно вербальна та емоційно бідна комунікація. В реальному житті процес спілкування є більш гармонійним ніж будь-який обмін текстовими повідомленнями, оскільки в розмові можливо швидше донести власну думку додавши відповідні емоції завдяки міміці, тембру та інтонації. Слід відмітити, що існують певні нюанси, які не можливо передати через текстові повідомлення. В процесі комунікації клієнт отримує інформацію завдяки текстовим повідомленням, самостійно наповнюючи їх певним емоційним забарвленням. Поряд з цим, у деяких випадках текст може мати багатозначну інтерпретацію, що дозволяє користувачам розуміти отримані відповіді на власний розсуд. Певним чином можуть покращувати комунікацію відеоматеріали, фотографії або смайлики, проте зазначені елементи не завжди позитивно сприймаються користувачами. Найбільш позитивно сприймають віртуальне спілкування з використанням графічних та відео-об'єктів користувачі молодшого та середнього віку.

3. Технічно нестабільна комунікація. З кожним роком стабільність комунікацій у мережі Інтернет зростає, проте існують певні технічні обмеження, які призводять до втрати комунікацій між компанією та її цільовою аудиторією. Наприклад, внаслідок проблем у роботі веб-ресурсу компанії або пошкодження смартфону клієнта може бути втрачено час у процесі комунікацій, що не дозволить надати швидко необхідну послугу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасні компанії для забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності та залучення цільової аудиторії активно використовують інструменти Інтернет-маркетингу. Завдяки комплексному поєднанню відповідних інструментів виникає можливість збільшення ймовірності кон-

такту та залучення потенційних клієнтів на різних ресурсах у мережі Інтернет.

Встановлено, що важливе місце відіграє контент, який формується залежно від особливостей компанії та її продукції, специфіки ринку, соціально-демографічних та психологічних характеристик цільової аудиторії та інших чинників. Сучасні користувачі мережі Інтернет люблять лише тематичний та актуальний контент, який задовольняє їхні потреби. Задовольнити потреби користувачів компаніям в умовах діджиталізації дуже важко, оскільки в Інтернеті присутня велика кількість веб-ресурсів, які щодня генерують великі обсяги інформації у текстовій і графічній формі, відео- та аудіоформаті.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ślusarczyk B., Dziekański P., Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, s. 1–56).

2. Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово-промышленная академия. Москва, 2004. 299 с.

3. 5 ключевых направлений интернет-маркетинга для успеха в 2019 году : веб-сайт. URL: https://geniusmarketing.me/lab/5-klyuchevyx-napravlenij-internet-marketinga-dlya-uspexa-v-2018-godu/ (дата звернення: 26.12.2019).

4. Типы интернет-маркетинга : веб-сайт. URL: https://vc.ru/seo/55895-tipy-internet-marketinga (дата звернення: 26.12.2019).

5. What Is Search Marketing? Beginner's Guide to Marketing through Search : веб-сайт. URL: https://www.wordstream.com/search-marketing (дата звернення: 26.12.2019).

6. Открыто о скрытом маркетинге : веб-сайт. URL: http://bulgar-promo.ru/hidden-marketing (дата звернення: 26.12.2019).

7. What Is Guerrilla Marketing? 7 Examples to Inspire Your Brand : веб-сайт. URL: https://blog.hubspot.com/marketing/guerilla-marketing-examples (дата звернення: 26.12.2019).

8. Viral Marketing : веб-сайт. URL: https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html (дата звернення: 26.12.2019).

9. Affiliate Marketing Made Simple: A Step-by-Step Guide : веб-сайт. URL: https://neilpatel.com/what-is-affiliate-marketing/ (дата звернення: 26.12.2019).

10. Digital Marketing Communications : веб-сайт. URL: https://www.easa-alliance.org/issues/digital-marketing (дата звернення: 26.12.2019).

REFERENCES:

1. Ślusarczyk B., Dziekański P. (2014). Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, pp. 1–56).

2. Petryk E.A. (2004) Internet-marketing [Internet-marketing]. Moskovskaya finansovo-promy`shlennaya akademiya. Moskva. (in Russian)

3. 5 klyuchevykh napravlenij internet-marketinga dlya uspekha v 2019 godu [5 key areas of Internet marketing for success in 2019]. Available at: https://geniusmarketing.me/lab/5-klyuchevyx-napravlenij-internet-marketinga-dlya-uspexa-v-2018-godu/ (accessed 26 December 2019).

4. Tipy internet-marketinga [Types of Internet Marketing]. Available at: https://vc.ru/seo/55895-tipy-internet-marketinga (accessed 26 December 2019).

5. What Is Search Marketing? Beginner's Guide to Marketing through Search. Available at: https://www.wordstream.com/search-marketing (accessed 26 December 2019).

6. Otkryto o skrytom marketinge [Open About Hidden Marketing]. Available at: http://bulgar-promo.ru/hidden-marketing (accessed 26 December 2019).

7. What Is Guerrilla Marketing? 7 Examples to Inspire Your Brand. Available at: https://blog.hubspot.com/marketing/guerilla-marketing-examples (accessed 26 December 2019).

8. Viral Marketing. Available at: https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html (accessed 26 December 2019).

9. Affiliate Marketing Made Simple: A Step-by-Step Guide. Available at: https://neilpatel.com/what-is-affiliate-marketing/ (accessed 26 December 2019).

10. Digital Marketing Communications. Available at: https://www.easa-alliance.org/issues/digital-marketing (accessed 26 December 2019).

Ponomarenko Ihor
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics and Marketing
Kyiv National University of Technologies and Design
Vinnikova Inna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

USE OF INTERNET MARKETING TO OBTAIN COMMUNICATIONS WITH THE TARGET AUDIENCE

The purpose of the article. The article deals with the specifics of the development of Internet marketing in modern conditions. The features of Internet usage in the enterprise marketing system are defined. The differences between companies use the basic elements of the classic marketing complex in the digital environment. There is a need to identify the specificities of implementing a marketing strategy on the Internet. Digital marketing channels need to be optimized to increase the reach of companies' target audience.

Methodology. The research is based on a comprehensive analysis of the peculiarities of marketing strategies implementation by online companies.

Results. The proliferation of digital technologies has been proven to be in areas that were considered unsuitable for promotion through Internet marketing channels to date. Innovation is gradually coming into areas that have traditionally been considered unsuitable for active use of the Internet. For example, government agencies are gradually introducing a complex of services over the Internet, medical institutions provide some consulting services through the use of technologies such as Skype and Google Hangsout, law firms provide information legal support through appropriate messengers, etc. Varieties of Internet marketing are presented and their main characteristics are revealed. Here are some basic search engine tools. The basic tools of social network marketing are considered.

Practical implications. Through the use of various digital marketing tools, it is possible to increase communication with different groups of potential customers. Relevant content must be used to reach the target audience.

Value/originality. The advantages of Internet marketing are compared with traditional methods of product promotion. Features of communication tools used in Internet marketing are revealed. The need to develop targeted content has been proven to build communication with the target audience and to strengthen communication with existing customers. Modern companies are actively using Internet marketing tools to ensure an appropriate level of competitiveness and reach their target audience. Due to the complex combination of the appropriate tools, it is possible to increase the likelihood of contact and attract potential customers on various resources on the Internet. It is established that content plays an important role, which is formed depending on the characteristics of the company and its products, the specifics of the market, the socio-demographic and psychological characteristics of the target audience and other factors. Modern Internet users like only thematic and relevant content that meets their needs. It is very difficult to meet the needs of business users in the context of digitization, as there are a large number of web resources on the Internet that generate large amounts of information daily in text and graphics, video and audio. Applying a variety of target content combinations to attract diverse customer groups will help a company maximize its level of communication. Optimization should be carried out within the framework of Internet marketing strategy in the global network through the use of various digital marketing tools.

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

TOOLS IMPROVEMENT FOR ASSESSMENT AND ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF A TOURIST COMPANY

УДК 005.511:338.48
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-33

Сергієнко О.А.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Баранова В.В.
к.е.н., доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Шеянова Е.Д.
студентка
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Робота присвячена розробленню комплексного інструментарію удосконалення підприємницької діяльності туристичного підприємства, впровадження якого дасть змогу оцінити рівень конкурентоспроможності підприємства; спрогнозувати попит на послуги туристичної фірми; визначити суттєві фактори впливу на попит туристичної фірми; визначити групи споживачів та обрати цільові сегменти ринку; розробити комплекс рекомендацій щодо вибору підприємницької стратегії туристичного маркетингу. Результати дослідження можуть бути використані на рівні крупних, середніх та малих підприємств. Завдяки розробленому інструментарію туристичне підприємство отримає обґрунтовану оцінку розпізнавання класу клієнта, що дасть змогу пропонувати залежно від ситуації розроблені саме для нього туристичні тури та можливі знижки й акції. Виходячи з проведеного дослідження та реалізації запропонованого інструментарію, скоригована головна мета розвитку рівня підприємництва туристичного підприємства з урахуванням сучасних умов, що полягає у збільшенні частки ринку та покращенні своєї позиції відносно головних конкурентів. Результати можуть бути впроваджені для вдосконалення маркетингової стратегії та розвитку туристичного підприємства.

Ключові слова: *підприємництво, туризм, туристична фірма, конкурентоспроможність, споживачі, маркетинг, сегментація, стратегія.*

Работа посвящена разработке комплексного инструментария совершенствования предпринимательской деятельности туристического предприятия, внедрение которого позволит оценить уровень конкурентоспособности предприятия; спрогнозировать спрос на услуги туристической фирмы; определить существенные факторы влияния на спрос туристической фирмы и группы потребителей; выбрать целевые сегменты рынка; разработать комплекс рекомендаций по выбору предпринимательской стратегии туристического маркетинга. Результаты исследования могут быть использованы на уровне крупных, средних и малых предприятий. Благодаря разработанному инструментарию туристическое предприятие получит обоснованную оценку распознавания класса клиента, что позволит предлагать, в зависимости от ситуации, направленные именно для него туристические туры и возможные скидки и акции. Исходя из проведенного исследования и реализации предложенного инструментария, скорректирована главная цель развития уровня предпринимательства туристического предприятия с учетом современных условий, которая заключается в увеличении доли рынка и улучшения позиции в отношении главных конкурентов. Результаты могут быть внедрены для усовершенствования маркетинговой стратегии и развития туристического предприятия.

Ключевые слова: *предпринимательство, туризм, туристическая фирма, конкурентоспособность, потребители, маркетинг, сегментация, стратегия.*

The goal of the work is to develop a comprehensive toolkit for the improvement of an entrepreneurial activity of a tourist company, which allows to estimate the level of competitiveness of a company; to predict the demand for services of a tourist firm; to identify the significant factors affecting the demand of a tourist firm; to identify consumer groups and select target market segments; to develop a complex recommendations on choosing a business strategy for tourism marketing. The proposed comprehensive research toolkit is aimed at improving the level of competitiveness by evaluating and analyzing the external factors of a tourist company (demand formation, identification of the target segment), and internal environment (financial flows, net income formation). In the study are presented the evaluation of the factors of the company's competitive position; assessment and analysis of factors. It affect the formation of sales and building a dependency model, between these factors and the volume of sales; researches aimed at the allocation of the target segment of consumers, and establishing the relationship between the individual characteristics of consumers and the frequency of travel in Ukraine and abroad. Estimation of the internal environment allows to estimate a financial condition of a tourist company, financial opportunities relative to competitors in the development of entrepreneurship in the tourism industry. Due to the developed toolkit the tourist company will receive the reasonable estimation of the recognition of the client class, which will allow to offer him (her), depending on the situation, special tourist tours and possible discounts and promotions. The conducted factor analysis of the external environment proves that currently tourist companies are in an unfavorable external environment. The level of competitiveness of the investigated company is assessed as a strong one, therefore it is suggested to choose a strategy that takes into account the capabilities of the company and threats of the external environment and is consistent with such corporate strategies as "Limited growth" and "Accelerated growth".

Key words: *entrepreneurship, tourism, travel agency, competitiveness, consumers, marketing, segmentation, strategy.*

Постановка проблеми. Туризм є однією з найбільш прибуткових галузей економіки, що інтенсивно розвивається та відіграє важливу роль у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку великого числа країн і регіонів. Частка туризму у ВВП країни коливається від 2% в високорозвинених і диверсифікованих економіках до 10% в країнах з відносно великим туристичним сектором. В острівних державах і найменш розвинених країнах його частка може становити від 30% до 40%.

Складна соціально-економічна та політична ситуація в Україні впливає на усі сфери економіки й суспільного життя, не виключенням є й туристична сфера, розвиток підприємств якої досить чутливий до будь-яких змін [1]. Подібна ситуація пов'язана з тим, що потреба населення в продукції туристичної галузі відноситься до вищого рангу потреб населення, що за погіршення рівня життя населення веде до миттєвого зниження попиту на туристичні послуги та уповільнення роз-

витку туристичного підприємництва [12]. Більше того, туристична галузь знаходиться в синергії з іншими галузями економіки і значно від них залежить, оскільки туристичні послуги інтегрують в собі взаємопослуги різних учасників ринку [5; 9; 19]. Сучасні туристичні підприємства потребують упровадження економіко-математичного апарату в сферу туризму, тому що посилена конкуренція на рину туристичних послуг вимагає постійних та конструктивних змін. Отримані результати застосування економіко-математичного апарату дозволять розглядати туристичну галузь як єдину систему, що складається з взаємозв'язаних частин, функціонування кожної з яких буде легко проаналізувати і спрогнозувати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічне планування та вибір кінцевої маркетингової стратегії – важливий етап управління підприємством. Саме тому, в основу роботи покладене розроблення маркетингової стратегії. В умовах ринкової економіки успішність роботи підприємства в основному залежить від ефективного планування і, в першу чергу, від правильно обраної стратегії. Вибір стратегії залежить від ситуації, в якій знаходиться підприємство та множини факторів, тому маркетингові програми як короткострокові, так і довгострокові потребують розроблення і застосування такої стратегії, яка за заданих умов максимально відповідала економічній політиці і водночас забезпечувала б комерційним структурам необхідну ефективність, рентабельність і матеріальну зацікавленість в результатах праці. Тому під час розроблення можливих варіантів стратегічного розвитку підприємства дуже важливо оцінити як зовнішнє середовище, в якому знаходиться підприємство, так і внутрішнє оточення. Особливо важливо також оцінити безпосереднє оточення, а саме конкурентів та споживачів.

Проблемі розроблення і впровадження маркетингової стратегії на підприємствах туристичної сфери присвячено досить досліджень. Проблема розробки маркетингових стратегій розвитку безпосередньо на туристичних підприємствах розглядається у роботах таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як О.Є. Агафонова, О.О. Бедик, В.Ф. Данільчук, Р.А. Іванух, О.О. Любіцева, Ф. Котлер та ін. Однак деякі проблеми, пов’язані з моделюванням стратегічних маркетингових альтернатив, вибором оптимальної альтернативи, розглянуті не досить повно.

Постановка завдання. Мета роботи полягає в удосконаленні підприємницької діяльності підприємства шляхом оцінки та аналізу маркетингової підприємницької стратегії туристичного підприємства, з урахуванням специфіки галузі на основі оцінки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища із застосуванням економіко-математичного інструментарію. Об’єктом роботи виступають процеси формування дієвої стратегії підприємницької діяльності туристичного підприємства. Предметом роботи є комплекс теоретичних та методичних засобів, економіко-математичних методів і моделей оцінки та аналізу рівня розвитку підприємницької діяльності та конкурентоспроможності шляхом застосування експертних методів для оцінювання факторів конкурентної позиції туристичного підприємства, економетричного моделювання для оцінки факторів впливу на попит послуг туристичного підприємства, кластерного аналізу для формування та ідентифікації цільового профілю споживачів.

Застосування комплексного інструментарію оцінки та аналізу підприємницької діяльності туристичнго підприємства дасть змогу вирішити такі завдання: здійснити детальний аналіз діяльності туристичного підприємства; вибрати сучасні ефективні методи дослідження підприємницької діяльності туристичного підприємства; провести ранжування факторів конкурентоспроможності підприємства; побудувати модель оцінки факторів з метою прогнозування попиту на послуги туристичного підприємства; сформувати систему сегментаційних змінних та провести групування споживачів на однорідні групи для визначення цільового сегменту; розробити рекомендації щодо вибору напрямів розвитку підприємництва туристичного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо пропонований комплексний алгоритм оцінки та аналізу підприємницької діяльності туристичного підприємства. Як і будь-яка організація, туристичне підприємство (ТП) має зовнішнє середовище непрямого впливу, безпосереднє оточення та внутрішнє середовище. Аналіз зовнішнього середовища дозволить оцінити чинники, які впливають на розвиток підприємницької ініціативи туристичного підприємства, що допоможе оцінити потенційні загрози та можливості з метою передбачення тенденцій ринку та розроблення заходів адаптації до зовнішніх факторів [13; 17].

Аналіз безпосереднього оточення дуже важливий для формування та підбору ефективної підприємницької стратегії туристичного підприємства. На цьому етапі аналізуються конкуренти та споживачі туристичного підприємства. Аналіз внутрішнього стану необхідно проводити для оцінки фінансового стану та загальних можливостей і потенціалу підприємства, що передбачає аналіз чистого прибутку підприємства, враховуючи усі статті витрат [2; 6]. Етапи реалізації комплексного інструментарію оцінки та аналізу підприємницької діяльності туристичного підприємства представлені на рис. 1. Задачі оцінювання та аналізу конкурентного середовища ТП представлені у блоку 1. Цей комплекс включає: 1.1 – оцінювання зовнішнього середовища ТП; 1.2 – оцінювання

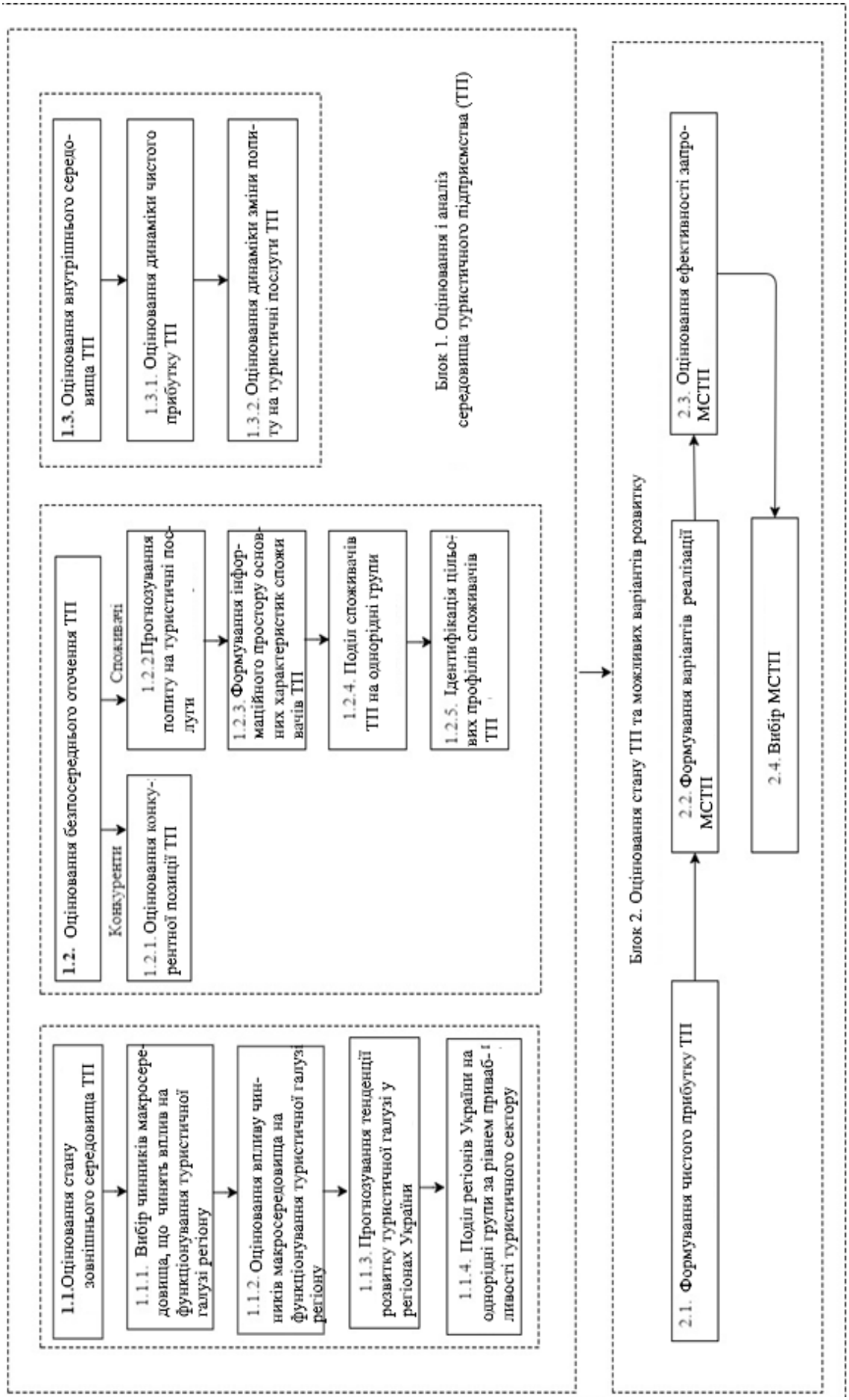


Рис. 1. Етапи реалізації комплексного інструментарію оцінки та аналізу підприємницької діяльності туристичного підприємства

безпосереднього оточення ТП; 1.3 – оцінювання внутрішнього середовища ТП. Цільовою спрямованістю підблоку 1.1 є оцінка стану зовнішнього середовища непрямої дії та ідентифікація класу станів: несприятливий стан, нейтральний, сприятливий стан, кожен з яких характеризується різною інтесивністю дії загроз.

Блок 1.2. об'єднує задачі оцінювання факторів конкурентної позиції туристичного підприємства (ТП) (1.2.1.), оцінка та прогнозування попиту на туристичні послуги (1.2.2.), формування інформаційного простору основних характеристик споживачів ТП (1.2.3.), класифікацію споживачів на однорідні групи (1.2.4.) та ідентифікація цільових профілів споживачів ТП (1.2.5.). Метою реалізації є оцінка конкурентної позиції туристичного підприємства та вибір цільових сегментів ринку.

Одним з основних підблоків є оцінювання безпосереднього оточення ТП, в роботі передбачається: оцінка факторів конкурентної позиції туристичного підприємства (Блок 1.2.1); оцінка та аналіз чинників, які найбільшим чином впливають на формування обсягу продажів та побудову моделі залежності між цими чинниками та обсягом продажів (Блок 1.2.2); дослідження, що спрямовані на виділення цільового сегменту споживачів, а також встановлення залежності між індивідуальними характеристиками споживачів та частотою подорожі Україною та за кордон (Блоки 1.2.3, 1.2.4 та 1.2.5). Задачі Підблоку 1.3 дозволяють оцінити фінансовий стан туристичного підприємства, його фінансові можливості відносно конкурентів щодо розвитку підприємництва в туристичній галузі.

Завдання Другого блоку дослідження (Блок 2) включають розроблення та оцінювання наявного підприємницького потенціалу туристичного підприємства та можливих напрямів розвитку на туристичному ринку. Цей блок представлений такими етапами: дослідження процесів формування чистого прибутку ТП (2.1), формування напрямів удосконалення підприємницької стратегії маркетингу ТП (2.2), оцінювання ефективності заходів розвитку (2.3) та вибір та реалізація підприємницької стратегії маркетингу ТП (2.4).

Отже, пропонований комплексний алгоритм дослідження дозволяє виокремити фактори конкурентної позиції, на основі яких проводиться оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства; визначити суттєві фактори впливу на попит туристичної фірми та зробити прогнози; визначити групи споживачів та вибрати цільові сегменти ринку; розробити комплекс рекомендацій щодо вибору підприємницької стратегії маркетингу, що дозволить оптимізувати фінансові, людські, часові ресурси в напрямі розвитку туристичного підприємства.

Відповідно до запропонованого комплексного інструментарію дослідження (рис. 1) одним із базових завдань дослідження є оцінка факторів конкурентної позиції [5; 20] на основі яких проводиться оцінка рівня конкурентоспроможності ТП. У роботі поняття «конкурентоспроможність» характеризує підприємницькі можливості і рівень гнучкості до постійно змінюваних умов конкуренції на ринку [14; 15; 17].

На основі вихідних даних складено анкету експертного опитування. Найбільш важливий, на думку експерта, показник буде мати оцінку 11, а найменш важливий – 1. Узгодженість експертних оцінок проведена за допомогою статистики Фрідмана [4; 7; 8] у модулі «Непараметрична статистика» ППП Statistica [7; 8; 23] (рис. 2). На рис. 3 зображена діаграма розмаху оцінок за кожним показником від найменшої до найбільшої, а також медіана оцінки.

Friedman ANOVA and Kendall Coeff. of Concordance (Spreadsheet1)
ANOVA Chi Sqr. (N = 5, df = 10) = 48,85141 p = ,00000
Coeff. of Concordance = ,97703 Aver. rank r = ,97129

Variable	Average Rank	Sum of Ranks	Mean	Std.Dev.
Чистий прибуток	10,00000	50,00000	9,80000	0,447214
Направлення	4,50000	22,50000	4,40000	0,547723
Крупні партнери	1,00000	5,00000	1,00000	
Капітальні вкладення	8,00000	40,00000	7,80000	0,447214
Власний капітал/баланс	7,00000	35,00000	6,80000	0,447214
Обсяг продажів	9,40000	47,00000	9,20000	0,447214
Виручка	2,20000	11,00000	2,20000	0,447214
Прибуток/обсяг продажів	5,70000	28,50000	5,60000	0,894427
Спектр послуг	4,80000	24,00000	4,60000	0,547723
Реклама	2,80000	14,00000	2,80000	0,447214
Доля ринку	10,60000	53,00000	10,40000	0,894427

Рис. 2. Таблиця результатів обробки експертних оцінок в ППП Statistica

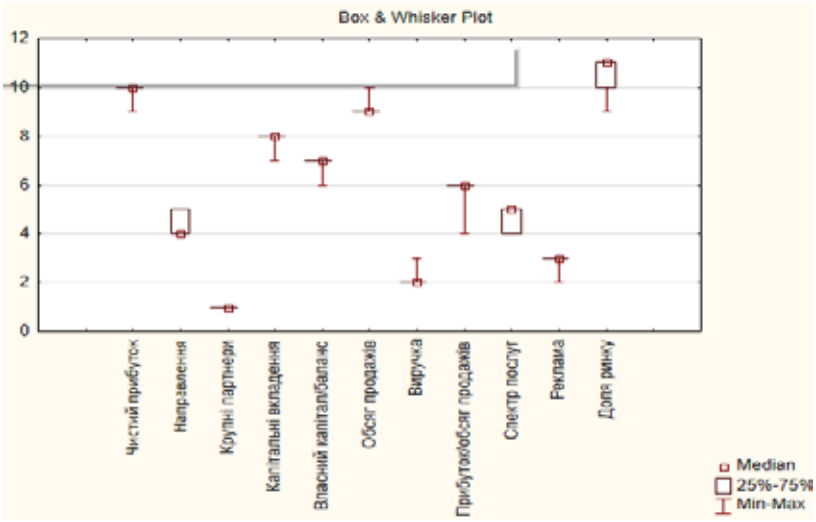


Рис. 3. Діаграма розмаху показників за експертними оцінками

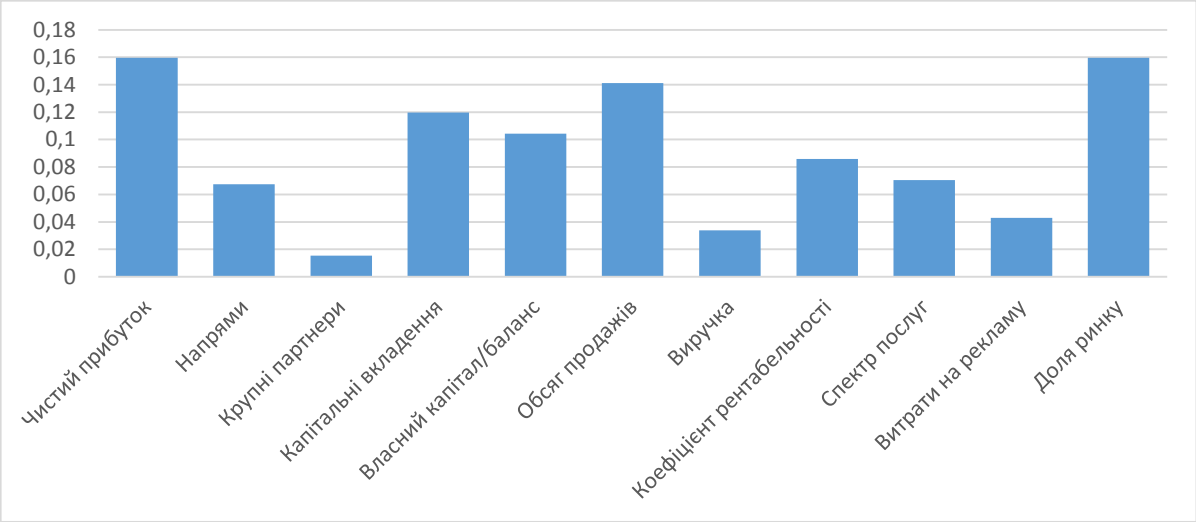


Рис. 4. Графік вагомості показників

Таким чином, з імовірністю 95% думки експертів можна вважати узгодженими. Графік вагомості факторів в загальній сумі (W_i) представлено на рис. 4., найбільш значущими для оцінки конкурентної позиції підприємства на ринку є чистий прибуток, відношення власного капіталу до балансу, капітальні вкладення, обсяг продажів та доля ринку. Найвищі оцінки експертами надано показнику, як доля ринку, тому детальний аналіз даного показника є край важливим для туристичного підприємства.

Розглянемо більш детально дослідження факторів впливу на попит послуг туристичного підприємства. Для того, щоб розуміти, які напрями діяльності підприємства треба вдосконалити, аби збільшити обсяг наданих послуг у роботі, пропонується дослідження, яке визначить найбільш вагомі фактори, які впливають на обсяг наданих послуг ТП [3; 11; 21]. Результати побудови кореляційної матриці приведені в табл. 1 свідчать про значущість взаємозвязків між факторами за критерієм Стьюдента [16; 7], окрім витрат на надання туристичних послуг та кількості туроднів, наданих внутрішнім туристам. Інші показники використовують для подальшого аналізу формування попиту туристичного підприємства.

Результати побудови множинної лінійної регресійної моделі в ППП Statistica [7; 8; 23] наведено на рис. 5.

Побудована модель має наступний вигляд:

$$Y = -184,46 - 0,343 * x_1 + 1,288 * x_2 + 40,59 * x_3 - 0,02 * x_4, \quad (1)$$

де Y – попит на туристичні послуги підприємства, осіб; x_1 – кількість обслугованих напрямів, одиниць; x_2 – кількість наданих додаткових послуг, одиниць; x_3 – витрати на рекламу, тис. грн.; x_4 – кількість туроднів виїзних туристів, туроднів.

Коефіцієнт детермінації становить d=99,7%, що говорить про значну адекватність моделі. Однак два параметра моделі статистично незначущі за критерієм Стьюдента. Для виявлення причин незначущості необхідно дослідити модель на наявність мультіколінеарності за допомогою методу Феррара-Глобера. Матриця коефіцієнтів парних кореляцій представлена на (рис. 6).

По отриманій матриці бачимо, що перший та другий фактори значно корелюють з третім та четвертим факторами. Значення критерію χ^2 дорівнює 40,73, табличне значення χ^2(0,05;2) = 5,99, а отже, в масиві незалежних змінних існує мультиколінеарність, найбільш мультиколінеарною змінною є змінна x_4 – кількість туроднів виїзних туристів, туроднів.

Таким чином, за всіма показниками модель є адекватною, що дає можливість будувати обґрунтовано логічні прогнози для розроблення планових показників розвитку на перспективу [18].

Отже, за допомогою економетричної моделі оцінки факторів впливу на попит туристичних

Таблиця 1

Результати відбору значущих показників за кореляційною матрицею

№	Назва показника	Значення r_{yx}	Значущість r_{yx}
1	Витрати на надання туристичних послуг	0,717	p > 0,05
2	Кількість обслугованих напрямів	0,82	p ≤ 0,05
3	Кількість наданих додаткових послуг	0,95	p ≤ 0,05
4	Кількість туроднів внутрішніх туристів	0,2	p > 0,05
5	Кількість туроднів зовнішніх туристів	0,98	p ≤ 0,05
6	Витрати на рекламу	0,97	p ≤ 0,05

послуг встановлено, що попит формують такі фактори, як кількість наданих додаткових послуг та витрати на рекламу. Важливим досягненням є те, що одна додаткова тисяча гривень на рекламу приносить туристичному підприємству 33 клієнта у рік, а одна додаткова послуга близько двох клієнтів у рік. Також встановлено, що рекламний бюджет підлягає збільшенню та потребує особливої уваги через свою значущість внеску у загальну виручку туристичного підприємства.

Досить важливим етапом дослідження є класифікація та формування профілю споживачів туристичних послуг щодо диференціації споживачів та продуктів. Одним із головних завдань у процесі формування ефективної підприємницької стратегії маркетингу туристичних підприємств є визначення переваг споживачів туристичних продуктів [22]. Вирішення цього завдання досягається шляхом побудови моделі кластерного аналізу [8; 10], призначенням якої є визначення цільових профілів споживачів туристичних підприємств. Були визначені фактори, які впливають на частоту подорожей споживачів Україною та за кордон. Таким чином, задача полягає в отриманні однорідних класів споживачів туристичних послуг за наступними ознаками: рівень освіти, сімейний стан, постійне місце роботи, середній прибуток на одну особу сім'ї, бажана вартість подорожі Україною, бажана вартість подорожі за кордон, частота подорожей Україною, частота подорожей за кордон, наявність дітей, мета подорожі, вид туризму.

Сегментація споживачів туристичних послуг здійснювалась за допомогою методу k-середніх. Оптимальна кількість кластерів становила 3. Таким чином, 94 респондента розподілені на 3 основних профіля споживачів туристичних послуг. Дендограма класифікації наведена на рис. 7. З рис. 8 можна визначити, завдяки яким змінним існує суттєва розбіжність між кластерами.

Наприклад, з отриманих результатів бачимо, що всі споживачі другого кластеру мають вищу освіту (вища освіта – 0, неповна вища – 1 тощо). Серед представників першого класу потрапляються споживачі з неповною вищою освітою, а серед представників третього – з середньою освітою. Отже, за результатами класифікації визначено, що цільовим сегментом середнього туристичного підприємства є люди з середньомісячним доходом від 7000 гривень на особу в сім'ї, більшість людей у сегменті одружені та в основному мають дітей. Вони надають перевагу відпочинковому або лікувально-оздоровчому туризму із сім'єю та друзями. Споживачі готові заплатити за путівку за кордон вище 9000 грн, а Україною – 4500–5000 грн.

Regression Summary for Dependent Variable: Y (Spreadsheet1)
R= ,99884395 R?= ,99768925 Adjusted R?= ,98844623
F(4,1)=107,94 p<,07205 Std.Error of estimate: 4,4971

N=6	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(1)	p-value
Intercept			-184,459	46,20486	-3,99220	0,156251
X1	-0,034514	0,110373	-0,343	1,09554	-0,31271	0,807058
X2	0,463044	0,134192	1,288	0,37332	3,45061	0,179576
X3	0,729074	0,204477	40,590	11,38383	3,56555	0,174075
X4	-0,128062	0,253085	-0,020	0,04035	-0,50601	0,701782

Рис. 5. Результати побудови множинної лінійної регресійної моделі

Correlations (Spreadsheet1)

Variable	X1	X2	X3	X4	Y
X1	1,000000	0,697802	0,882380	0,856483	0,822236
X2	0,697802	1,000000	0,862706	0,917604	0,950426
X3	0,882380	0,862706	1,000000	0,965989	0,974383
X4	0,856483	0,917604	0,965989	1,000000	0,971545
Y	0,822236	0,950426	0,974383	0,971545	1,000000

Рис. 6. Матриця коефіцієнтів парних кореляцій

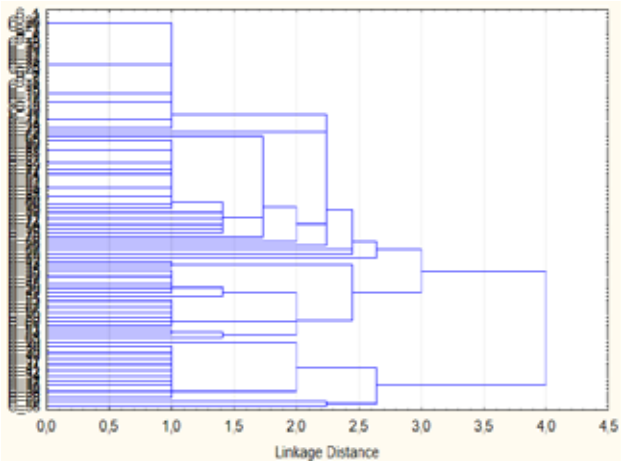


Рис. 7. Дендограма класифікації споживачів

Cluster Means (Spreadsheet1)

Variable	Cluster No. 1	Cluster No. 2	Cluster No. 3
Освіта	0,096774	0,000000	0,200000
r Cluster 1 (Spreadsheet1)	677419	0,928571	0,542857
Робота	0,935484	1,000000	0,485714
Дохід	2,000000	3,178571	0,714286
Вартість Україною	2,870968	4,000000	0,857143
Вартість за кордон	4,000000	5,000000	0,800000
Частота Україна	2,741935	3,428571	1,771429
Частота кордон	2,032258	2,821429	0,828571
Діти	0,612903	1,000000	0,542857
Мета	2,032258	4,000000	2,800000
Вид туризму	1,129032	2,000000	1,057143

Рис. 8. Середні значення показників в кластерах

Завдяки отриманим кластерам туристичне підприємство отримає обґрунтовану оцінку розпізнавання класу клієнта, що дозволить пропонувати, залежно від ситуації, цілеспрямовані саме для цільового клієнта туристичні тури та можливі знижки.

Висновки з проведеного дослідження. У роботі проаналізовані аспекти та особливості розвитку підприємництва в туристичній галузі. Особливість туристичного підприємства у тому, що воно є посередником між виробником та споживачем туристичних послуг. Пропонований комплексний інструментарій дослідження направлений на удосконалення рівня конкурентоспроможності шляхом оцінювання та аналізу факторів зовнішнього середовища туристичного підприємства (формування попиту, ідентифікація цільового сегменту) та внутрішнього середовища (фінансові потоки, формування чистого прибутку). Завдяки розробленому інструментарію туристичне підприємство отримає обґрунтовану оцінку розпізнавання класу клієнта, що дозволить пропонувати, залежно від ситуації, цілеспрямовані саме для нього туристичні тури та можливі знижки та акції. Проведений факторний аналіз зовнішнього середовища доводить, що на даний час підприємства знаходяться у несприятливому зовнішньому середовищі. Рівень конкурентоспроможності досліджуваного підприємства оцінено як сильне, тому запропоновано обрати стратегію, яка враховує власні можливості підприємства та загрози зовнішнього середи та відповідає таким корпоративним стратегіям, як «обмежене зростання» та «прискорене зростання». Виходячи з проведенного дослідження та реалізації запропонованого інструментарію скоригована головна мета розвитку рівня підприємництва туристичного підприємства з урахуванням сучасних умов, що полягає в збільшенні частки ринку та покращення своєї позиції відносно головних конкурентів.

Практична цінність результатів полягає у такому: отримані результати дослідження можуть бути використані для удосконалення напрямів підприємницької діяльності розвитку крупних, середніх та малих туристичних підприємств. Результати можуть бути впроваджені в діяльності туристичних підприємств для вдосконалення маркетингової підприємницької стратегії та рівня конкурентоспроможності. Наукова новизна полягає у науково-методичних рекомендаціях щодо розвитку підприємницької ініціативи у туристичному секторі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л.Г. Агафонова. Київ : Знання України, 2002. 351 с.

2. Азар В.И. Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. Москва : ИПК госслужбы, 1998. 203 с.

3. Арбузова Ю.В. Перспективні напрямки розвитку зеленого туризму в Україні / Ю.В. Арбузова, В.Д. Яковенко. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. 2013. № 3. С. 120–128.

4. Бешелев С.Д. Экспертные оценки / С.Д. Белешев, Ф.Г. Гурвич. Москва : Наука, 1973. 246 с.

5. Білецька І.М. Особливості маркетингу туристичних послуг в сучасних умовах глобалізації світового туристичного ринку / І. М. Білецька. Экономика Крыма. 2014. № 4. С. 389–397.

6. Бобрицька Н.Д. Алгоритм формування маркетингових стратегій для підприємств туристичної галузі / Формування ринкової економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана"; відп. ред. О.О. Бєляєв. 2013. Вип. 30. С. 242–249.

7. Боровиков В.П. Популярное введение в программу STATISTICA. Москва : Компьютер Пресс, 1998. 194 с.

8. Боровиков В.П. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows / В.П. Боровиков, Г.И. Ивченко Москва : Финансы и статистика, 1997. 268 с.

9. Вайсман Е.Д., Соловьева И.А. Карты позиционирования в стратегии развития фирмы. Маркетинг. 2010. № 1.

10. Воронцов К.В. Алгоритмы кластеризации и многомерного шкалирования / К.В. Воронцов. Москва : Финансы и Статистика, 2017. 361 с.

11. Гавриленко Н.И. Роль стратегического маркетинга в управлении предприятием в условиях рыночных отношений. Финансы и кредит. 2005. № 22.

12. Гой І.В., Смелянська Т.П. Основи підприємницької діяльності : Навчально-методичний посібник. Хмельницький, 2012. 245 с.

13. Гурьянова Л.С., Трунова Т.Н. Модели оценки и анализа внешней финансовой среды предприятия. Бизнес-информ. 2009. № 2(2).

14. Данильчук В.Ф. Формирование национального туристического продукта. Вісник ДІТБ. 2002. № 6. С. 31–37.

15. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва : Навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 320 с.

16. Економетрика : навчальний посібник для студентів напряму підготовки "Економічна кібернетика" усіх форм навчання / Л.С. Гур'янова, Т.С. Клебанова, О.А. Сергієнко та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 384 с.

17. Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство и туризм / Ф. Котлер, Д. Мейкенз, Дж. Боуен. Москва : Финансы и статистика, 2001. 560 с.

18. Прогнозування соціально-економічних процесів : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030502 "Економічна кібернетика" денної форми навчання / Т.С. Клебанова, В.А. Курзенев, В.М. Наумов та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 656 с. (Укр. мов.)

19. Управління регіональним розвитком туризму: навч посібник / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса-Сімферополь : ВД «Аріал», 2012. 340 с.

20. Heather Fitzpatrick, A MARKET LEADER'S DEFINITION OF MARKETING. Marketing Management For Non-Marketing Managers: Improving Returns on Marketing Investments, 2017. 145 p.

21. Sergienko O., Sheianova E.D. Factor model for analysing correlation of indicators in tourism industry. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств», м. Харків 26-28 листопада 2018 р. С. 131–132.

22. Sergienko O., Sheianova E.D. Green tourism problems and prospects of development in Ukraine. II Міжнародна наукова конференція «Інноваційний потенціал соціально-економічних систем: виклики глобального світу», 28 грудня 2018 р., Університет НОВА, Лісабон, Португалія, Вища школа бізнесу та економіки, Лісабон, Португалія, 2018. С. 38–40.

23. Statistica for Windows URL: https://statsoftstatistica.ru/ (дата звернення: 20.11.2019).

REFERENCES:

1. Agafonova L.G. (2002) Tyrizm, gotelnuj ta restoranuji biznes: cinoytvorennia, konkyrencia, dergavne regyluvannia [Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, government regulation]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)

2. Azar V.I. (1998) Economika tyristskogo runka [Economics of the tourist market]. Moscow. (in Russian)

3. Arbyzova U.V., Iakovenko V.D. (2013) Perspectuvni napriamu rozvutky zelenogo tyruzmy v Ykraine [Promising directions of development of green tourism in Ukraine]. Informacijni texnologiji v osviti, nautci ta vurobnutctvi – Information technology in education, science and production, vol. 3, pp. 120–128.

4. Bewelev S.D., Gyrvich F.G. (1973) Ekspertni ocinki [Expert assessments]. Moscow. (in Russian)

5. Biletska I.M. (2014) Osobluvosti marketungy tyrustuchnux poslyg v sychasnux ymovax globalizacii svitovogo tyrustuchnogo runky [Features of marketing of tourist services in modern conditions of globalization of the world tourist market]. Ekonomika Kruma – Economy of Crimea, vol. 4, pp. 389–397.

6. Bobrutska N.D. (2013) Algoritm formyvannia marketungovux strategij dlia pidpruemstv tyrustuchnoj galuzi [An algorithm for forming marketing strategies for tourism enterprises]. Formuvania runkovoj ekonomiki – Formation of market economy, vol. 30, pp. 242–249.

7. Borovikov V.P. (1998) Populiarnoe vvedenie v programy STATISTICA [Popular introduction to the STATISTICA]. Moscow. (in Russian)

8. Borovikov V.P., Ivchenko G.I. (1997) Prognozirovanie v sisteme STATISTICA [System forecasting in STATISTICA]. Moscow. (in Russian)

9. Vajsman E.D., Soloveva I.A. (2010) Kartu pozicionirovannia v strategii razvitia firmu [Positioning maps in the company development strategy]. Marketing, vol. 1.

10. Voroncov K.V. (2017) Algoritmy klasterizatsii i mnogomernogo shkalirovaniya [Clustering and multidimensional scaling algorithms]. Moscow. (in Russian)

11. Gavrilenko N.I. (2005) Rol'strategicheskogo marketinga v ypravlenii predpriatiem v ysloviax runochnux otnowenij [The role of strategic marketing in the management of the enterprise in terms of market relations]. Financu i kredit – Finance and credit, vol. 22. Moscow. (in Russian)

12. Goj I.V., Smelianska T.P. (2012) Osnovu pidpruemnitskoj dialnosti [Fundamentals of business activity]. Khmelnitskij. (in Ukrainian)

13. Gyrianova L.S. & Trunova T.N. (2009) Modeli ocenki i analiza vnewnej finansovoj sredu predpriatia [Models of evaluation and analysis of the external financial environment of the enterprise]. Biznes inform – Business information, vol. 2. (in Russian)

14. Danil'chyk V.F. (2002) Formirovanie nacionalnogo tyristicheskogo prodykta [Formation of national tourist product]. Visnuk DITB – Herald DITB, vol. 6, pp. 31–37. (in Russian)

15. Donec L.I. & Romanenko N.G. (2011) Osnovu pidpruemnutstva [Fundamentals of entrepreneurship]. Kyiv. (in Ukrainian)

16. Gyrianova L.S., Klebanova T.S. & Sergienko O.A. (2015) Ekonometrika [Econometrics]. Kharkiv. (in Ukrainian)

17. Kotler F. (2001) Marketing: gostepriimstvo i tyrizm [Marketing: hospitality and tourism]. Moscow. (in Russian)

18. Klebanova T.S., Kyrzenev V.A. & Naymov V.M. (2015) Prognozyvannia socialno-ecinomichnux procesiv [Forecasting socio-economic processes]. Kharkiv. (in Ukrainian)

19. Semenova V.F. (2012) Ypravlinnia regionalnum rozvutkom tyruzmy [Management of regional tourism development]. Odessa. (in Ukrainian)

20. Heather Fitzpatrick (2017) A market leader's definition of marketing. Marketing Management For Non-Marketing Managers: Improving Returns on Marketing Investments.

21. Sergienko O. & Sheianova E.D. (2018) Factor model for analyzing correlation of indicators in tourism industry. XI Mizhnarodna naukovo-praktuchna konferencia «Problemu socialno-ekonomichnogo rozvutky pidpruemstv» – The Eleventh Scientific and Practical Conference «Problems of Socio-Economic Development of Enterprises». Kharkiv, pp. 131–132.

22. Sergienko O. & Sheianova E.D. (2018) Green tourism problems and prospects of development in Ukraine. II Mizhnarodna naukova konferencia «Innovacijnuj potencial socialno-ekonomichnux sustem: vukluku globalnogo svity» – The Second International Scientific Conference «Innovation potential of socio-economic systems: challenges of the global world». Lisabon, pp. 38–40.

23. Statistica for Windows Available at: https://statsoftstatistica.ru/ (accessed 20 November 2019).

Sergienko Olena
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Business, Trade and Products Expertise
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»
Baranova Valeria
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Travel Business and Regional Studies
Karazin Kharkiv National University
Sheyanova Elina
Student
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

TOOLS IMPROVEMENT FOR ASSESSMENT AND ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF A TOURIST COMPANY

The purpose of the article. Modern tourist companies need the modernization of management tools, in particular, the economic and mathematical apparatus for evaluation, analysis and forecasting, since the increased competition in the tourist market services requires constant and constructive changes.

The goal of the work is to develop a comprehensive toolkit for the improvement of an entrepreneurial activity of a tourist company, which allows to estimate the level of competitiveness of a company; to predict the demand for services of a tourist firm; to identify the significant factors affecting the demand of a tourist firm; to identify consumer groups and select target market segments; to develop a complex recommendations on choosing a business strategy for tourism marketing. The object of the work is the processes of formation of an effective strategy of entrepreneurial activity of a tourist agency. The subject of the work is a complex of theoretical and methodological tools, economic and mathematical methods and assessment and analysis models for the development an entrepreneurial activity and competitiveness.

Methodology. To solve the problems, the following methods are used: expert methods to evaluate the factors of a competitive position of a tourism agency; econometric modeling to estimate the factors influencing the demand on tourism company services; cluster analysis for formation and identification of consumers target profile. The information base of the study is the data of the State Statistics Committee, data of commercial and marketing projects of enterprises, periodicals and author's works on the subject of the research.

Results. The work analyzes the aspects and peculiarities of entrepreneurship development in tourism industry. The peculiarity of a tourist company is that it is the intermediary between a provider and a consumer of tourist services. The proposed comprehensive research toolkit is aimed at improving the level of competitiveness by evaluating and analyzing the external factors of a tourist company (demand formation, identification of the target segment), and internal environment (financial flows, net income formation).

In accordance with the goal set in the work the following tasks were put and performed: an analysis of the activity of a tourist company "Chain of Shops of Route Sheets"; the choice of methods of business research of the activity of a tourist company is substantiated; factors ranking of the competitiveness of an enterprise is carried out; a model for evaluating the factors with the purpose of forecasting the demand for services of a tourist agency is designed; the system of segmentation variables is formed; grouping of consumers into homogeneous ones to determine the target segment is done; recommendations for choices of directions of entrepreneurship development of a tourist company are developed.

Practical implications. The practical value of the results is as follows: the research results obtained can be used for the improvement of development of large, medium and small tourist companies. The results can be implemented in tourist companies' activities to improve marketing business strategy and the level of competitiveness.

Value/originality. Scientific novelty consists of scientific and methodological recommendations for the development of entrepreneurial initiative in tourism sector.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ФІНАНСОВОГО СТАНУ

FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE AS THE MAIN INDICATOR OF FINANCIAL CONDITION

УДК 338.58:65.014
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-34

Старкіна М.О.
студентка
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Гаватюк Л.С.
к.е.н., викладач кафедри публічних, корпоративних фінансів та фінансового посередництва
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Кожний суб'єкт господарювання зацікавлений у розвитку свого виробництва, підвищенні рівня конкурентоспроможності продукції і самого підприємства загалом. Для вирішення цього питання стане у пригоді аналіз фінансової стійкості підприємства. У статті здійснено аналіз основних засад фінансової стійкості підприємства. Розглянуто об'єктивну оцінку фінансової стійкості підприємства як основу його життєздатності, яке є важливим інформаційним джерелом для обґрунтування і прийняття оптимального управлінського рішення щодо суб'єкта господарювання. Під час дослідження системності оцінювання фінансової стійкості запропоновано аналітичні показники коефіцієнта фінансової автономії, або незалежності, коефіцієнт маневреності власних коштів, коефіцієнт ефективності. Наведено основні чинники, що впливають на зниження чи зростання фінансової стійкості суб'єкта господарювання. Обгрунтовано її основні складники та важливість позитивного впливу на результати функціонування підприємства.

Ключові слова: *економіка, фінансова стійкість, фінансові ресурси, капітал, підприємство, активи, виробництво.*

Каждый субъект хозяйствования заинтересован в развитии своего производства, повышении уровня конкурентоспособности продукции и самого предприятия в целом. Для решения этого вопроса пригодится анализ финансовой устойчивости предприятия. В статье осуществлен анализ основных принципов финансовой устойчивости предприятия. Рассмотрена объективная оценка финансовой устойчивости предприятия как основа его жизнеспособности, которая является важным информационным источником для обоснования и принятия оптимального управленческого решения в отношении субъекта хозяйствования. Для исследования системности оценки финансовой устойчивости предложены аналитические показатели коэффициента финансовой автономии, или независимости, коэффициент маневренности собственных кошек, коэффициент эффективности. Приведены основные факторы, влияющие на снижение или рост финансовой устойчивости предприятия. Обоснованы ее основные составляющие и важность положительного влияния на результаты функционирования предприятия.

Ключевые слова: *экономика, финансовая устойчивость, финансовые ресурсы, капитал, предприятие, активы, производство.*

Every business entity is interested in developing its production, improving the competitiveness of its products and the enterprise itself. An analysis of the financial soundness of the enterprise will be helpful to address this issue. The article analyzes the basic principles of financial stability of an enterprise. Financial stability is a certain state of the accounts of an enterprise, which will guarantee its constant solvency. Sustainable production and good sales, increase profit over cost and effective cost the use of finance is the key to financial sustainability enterprises Financial stability characterizes the degree of financial independence of an enterprise in the possession and use of its property. An objective assessment of the financial soundness of an enterprise is considered as the basis of its viability, which is an important information source for substantiation and making the best management decision regarding an entity. In the study of the systematic evaluation of financial stability, analytical indicators of the coefficient of financial autonomy or independence, the coefficient of maneuverability of own cats, the coefficient of efficiency are offered. Financial soundness indicators – show the level of borrowing capital and the ability of the company to service this debt. Financial ratios should be informative and should give a complete picture of the financial stability of the enterprise; for all financial ratios the minimum satisfactory level or range of change should be specified. The main factors that influence the decrease or increase in the financial stability of the entity. Its main components and the importance of positive influence on the results of functioning of the enterprise are substantiated. significant influence on the enterprise and its financial stability are affected by economic and political processes in the country, technological development, consumer solvency, competition. The financial sustainability of an enterprise implies that resources invested in business activities must be paid for by cash income, and the profit generated should ensure self-financing and independence of the enterprise from external sources of asset formation.

Key words: *economy, financial stability, financial resources, capital, enterprise, assets, production.*

Постановка проблеми. У ринкових умовах фінансова стійкість служить заставою виживання та основою стабільного стану підприємства фінансових засобів. Вона відображає такий стан фінансових ресурсів, за якого підприємство, вільно маневруючи коштами, здатне шляхом ефективного їхнього використання забезпечити безперебійний процес виробництва і реалізації продукції, а також витрати на його розширення і відновлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань щодо поліпшення фінансового забезпечення, а саме створення умов для фінансово стійкої діяльності господарюючих суб'єктів, займалися багато вітчизняних і зарубіжних учених, усі свої дослідження вони висвітлили у наукових працях. Зокрема, це праці Е. Альтмана, І.О. Бланка, О.І. Барановського, Є.В. Мниха, О.В. Павловської, Н.О. Русак, В.А. Русак, Г.В. Савицької, В.К. Савчука, О.О. Терещенка, В.В. Чепурко, А.Д. Шеремета та інших учених.

У сучасній економічній літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «фінансова стійкість». Його трактувань досить багато. Вони зазвичай дублюють чи доповнюють одне одного. Ми вважаємо, це зумовлено історичним поступом економічної науки, змінами в економічних відносинах, що викликає появу та розвиток нових думок і понять.

Постановка завдання. Метою дослідження є комплексний розгляд та аналіз поняття фінансової стійкості підприємства. Основне завдання аналізу

фінансової стійкості полягає у визначенні спроможності підприємства протистояти негативній дії різних чинників (зовнішніх, внутрішніх та непередбачуваних), що впливають на його фінансовий стан. Результатом такого аналізу повинен бути висновок щодо його спроможності здійснювати господарську діяльність, отримувати прибуток в умовах економічної самостійності, а також вірогідність збереження такого стану підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підсумовуючи різні тлумачення суті фінансової стійкості, можна стверджувати, що фінансова стійкість – це узагальнювальна якісна оцінка фінансового стану суб'єкта господарювання, яка відображає основні тенденції зміни фінансових відносин під впливом найрізноманітніших чинників, як внутрішніх, так і зовнішніх, і виражається в кредито– та платоспроможності підприємства, а також у постійному зростанні прибутку й капіталу за мінімального ризику [3, с. 15].

Фінансова стійкість відображає економічні відносини, які формують фінансовий механізм забезпечення поступального руху соціально-економічного розвитку. Результати охарактеризованих визначень економічної категорії «фінансова стійкість» дали змогу з теоретичного погляду не лише визначити її сутність, а й обґрунтувати її основні складники та важливість позитивного впливу на результати функціонування підприємства.

Умовою і гарантією виживання й розвитку будь-якого підприємства як бізнес-процесу є його фінансова стійкість. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно у змозі витримати несподівані зміни ринкової кон'юктури і не опинитися на краю банкрутства. Більше того, чим вище його стійкість, тим більше переваг перед іншими підприємствами того ж сектору економіки в одержанні кредитів і залученні інвестицій. Фінансово стійке підприємство вчасно розраховується за своїми обов'язаннями з державою, позабюджетними фондами, персоналом, контрагентами. Це сприяє його іміджу – головному складнику нематеріальних активів господарюючого суб'єкта [4, с. 115].

До основних чинників, що визначають фінансову стійкість підприємства, належать фінансова структура капіталу (співвідношення позикових і власних коштів, а також довгострокових і короткострокових джерел коштів) і політика фінансування окремих складників активів (насамперед необоротних активів і запасів).

Для оцінки рівня фінансової стійкості використовують такі показники:

– коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів;

– коефіцієнт автономії (платоспроможності);

– коефіцієнт маневреності власних коштів;

– коефіцієнт ефективності використання власних коштів;

– коефіцієнт використання фінансових ресурсів усього майна.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів характеризує структуру фінансових ресурсів підприємства. Розраховується як частка від розподілу суми позикових коштів на суму власного капіталу. Максимально припустиме значення цього показника становить 1 (що припускає рівність позикових і власних коштів) [6, с. 64].

Коефіцієнт фінансової автономії, або незалежності (коефіцієнт концентрації власного капіталу), дає характеристику частці власних коштів (власного капіталу) у загальній авансованій сумі коштів. Підприємство є тим більш стабільним, незалежним та фінансово стійким від зовнішніх кредиторів, чим більше значення цього показника. Уважається, що в підприємство з високою питомою вагою власного капіталу кредитори з більшим бажанням вкладають кошти, тому що воно має можливість погасити заборгованість за рахунок власних активів. На практиці доведено, що вся сума заборгованості повинна бути не більшою, ніж сума власних джерел фінансування, тобто загальна сума капіталу має бути сформована не менше ніж наполовину за власні кошти.

Тому задля максимізації припливу коштів підприємству слід розробляти ширше коло моделей договорів із постачальниками з гнучкими умовами оплати. Система знижок за прискорення оплати більш ефективна, ніж система штрафних санкцій за прострочену оплату. В умовах інфляції це призводить до зменшення поточної вартості реалізованої продукції, тому слід точно оцінити можливість надання знижки за дострокової оплати [2, с. 99].

Коефіцієнт маневреності власних коштів характеризує ступінь мобільності використання власного капіталу. Коефіцієнт маневреності показує частку власних коштів, вкладених в оборотні активи. Чітких рекомендацій у значенні цього коефіцієнта немає, але вважається, що його значення повинно бути не менше 0,2, що дасть змогу забезпечити достатню гнучкість у використанні власного капіталу. Для оцінки коефіцієнта маневреності необхідно порівняти його значення з рівнем минулих періодів, середньогалузевим значенням або рівнем у найближчих конкурентів.

Коефіцієнт ефективності використання власних коштів показує, скільки прибутку дає 1 грн власних коштів. Теоретично нормальним значенням цього коефіцієнта є значення не менше 0,4.

Коефіцієнт використання фінансових ресурсів (усього майна) дає змогу визначити, за який період одержаний прибуток може компенсувати вартість майна. Нормативного числового значення для цього коефіцієнта немає, позитивним уважається збільшення цього коефіцієнта по відношенню до попереднього періоду.

Кожному підприємству для поліпшення фінансового стану потрібно стежити за наявністю вільних фінансових коштів, співвідношенням дебіторської й кредиторської заборгованості, знаходити шляхи та способи, що дають змогу скоротити величину заборгованості на підприємстві [5, с. 205].

Визначивши фінансову стійкість суб'єкта господарювання, слід звернути увагу на чинники, які впливають на її зниження або зростання, адже, визначивши причину зниження, можна правильно побудувати стратегію щодо забезпечення фінансової стійкості підприємства. Отже, можна назвати такі основні внутріні чинники, які істотно впливають на фінансову стійкість підприємства:

– належність підприємства до певної галузі;

– розмір сплаченого статутного капіталу;

– структура витрат, їх динаміка порівняно з прибутком;

– розмір фінансових ресурсів, включаючи запаси й резерви.

Також вагомий вплив на підприємство і його фінансову стійкість впливають еконономічні та політичні процеси в країні, технологічний розвиток, платоспроможність споживачів, конкуренція. Ці фактори ми відносимо до зовнішніх чинників впливу [1, с. 58].

Поліпшення рівня фінансової стійкості підприємства може відбутися лише за досягнення певних цілей:

– усунення неплатоспроможності підприємства;

– зміна фінансової стратегії для прискорення економічного зростання;

– зниження обсягів споживання інвестиційних ресурсів підприємства у поточному періоді.

Слід відзначити, що найбільше темпи росту показників фінансової стійкості залежать від рентабельності продажу, обіговості капіталу, фінансової активності зі залучення коштів, норми розподілу прибутків на інвестиційні потреби [7, с. 208].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, фінансова стійкість відображає такий стан фінансових ресурсів і такий ступінь їх використання, за якого підприємство здатне забезпечити безперебійний процес функціонування виробництва, а також затрати на його диверсифікацію й модернізацію. А сам процес забезпечення фінансової стійкості підприємства має бути спрямований на мінімізацію негативного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базілінська О.Я. Фінансовий аналіз. Київ, 2009. 328 с.

2. Фінансова діяльність підприємств : підручник / О.М. Бандурка та ін. Київ : Либідь, 1998. 125 с.

3. Головко Т.В. Методика аналізу фінансової звітності підприємства. Київ : Компас, 2008. 32 с.

4. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / Т.Д. Костенко та ін. Київ, 2007. 400 с.

5. Кужельний М.В. Організація обліку : підручник. Київ : ЦНЛ, 2010. 352 с.

6. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. Москва : ИНФРА-М, 1998. 305 с.

7. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. Москва : ИНФРА-М, 1996. 208 с.

REFERENCES:

1. Basilinskaya O.Y. (2009) Finansoviy analyz [Financial Analysis]. Kiev, pp. 328.

2. Bandurka O.M., Korobov N.L., Orlov P.I., Petrova K.L. (1998) Finansova dialnist pidpriemstv [Financial activity of enterprises]. Kiev: Lybid.

3. Golovko T.V. (2008) Metodika analizu finansovoi zvitnosti pidpriemstva [Methods of analysis of financial statements of an enterprise]. Kyiv: Compass.

4.Kostenko T.D., Podgora E.A., Ryzhikov V.S., Pankov V.A., Gerasimov A.A., Rovenskaya V.V. (2007) Economichniy analiz diagnostika stanu suchasnogo pidpriemstva [Economic analysis and diagnostics of the state of the modern enterprise].

5. Kuzhelny M.V. (2007) Organizatsia obliku [Organization of accounting]. Kyiv: CNL.

6. Sheremet A.D., Saifulin R.S. (1998) Finansi pidpriemstva [Business finance]. Moskva: INFRA-M.

7. Sheremet A.D., Saifulin R.S. (1998) Metodyka fnansovogo analizu [Methods of financial analysis] Moskva: INFRA-M.

Starkina Mariana
Student
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Havatiuk Liudmila
Candidate of Economic Sciences,
Instructor at Department of Public, Corporate Finance and Financial Intermediation
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE AS THE MAIN INDICATOR OF FINANCIAL CONDITION

Problem statement. In market conditions, financial stability serves as a pledge of survival and the basis of a stable condition of the financial assets enterprise. It reflects the state of financial resources, in which the enterprise, freely maneuvering the funds, is able, through their efficient use, to ensure a smooth process of production and selling of products, as well as the cost of its expansion and restoration.

Analysis of the labess research ance. Many domestic and foreign scientists have been studying the issues related to the improvement of financial support, namely the creation of conditions for financially sustainable activity of business entities, and have covered all their research in scientific works. In particular, these are the works of: E. Altman, I.A. Blanca, O.I. Baranovsky, E.V. Mnykh, O.V. Pavlovskaya, N.O. Rusak, V.A. Rusak, G.V. Savitskoy, V.K. Savchuk, O.O. Tereshchenko, V.V. Chepurko, A.D. Sheremet and other scientists.

There is no single approach in contemporary economic literature to the definition of "financial sustainability". There are many interpretations of it. They usually duplicate whether complement each other. We believe that this is due to the historical progress of economic science, changes in economic relations, and this leads to the emergence and development of new thoughts and concepts. The main objective of this article is to determine the essence of financial stability of the enterprise as the main indicator of financial condition.

Setting objectives. The purpose of the article is a comprehensive review and analysis of the concept of financial stability of the enterprise. The main task of the analysis of financial stability is to determine the ability of the company to withstand the negative effects of various factors (external, internal and unpredictable) that affect its financial condition. The result of such an analysis should be a conclusion as to its ability to carry on business, to profit in terms of economic independence, as well as the likelihood of maintaining such a state of the enterprise.

Presenting main material. Summarizing the different interpretations of the nature of financial stability, it can be argued that financial stability is a generalized qualitative assessment of a financial position of an entity that reflects the main trends of financial relations under the influence of various factors, both internal and external, and is expressed in credit and solvency of the enterprise, as well as in the constant growth of profit and capital with minimal risk.

Financial stability reflects the economic relations that form the financial mechanism for ensuring the sustained movement of socio-economic development. The results of the characterized definitions and economic category "financial stability" made it possible not only to determine its essence from a theoretical point of view, but also to substantiate its main components and the importance of a positive influence on the results of the enterprise.

The condition and guarantee of survival and development of any enterprise as a business process is its financial stability. If the company is financially sound, it is able to "withstand" unexpected changes in the market situation and not be on the verge of bankruptcy. Moreover, the higher its resilience, the greater the advantages over other enterprises in the same sector of the economy in obtaining loans and attracting investments. A financially sustainable enterprise is timely settled for its responsibilities with the state, extra-budgetary funds, staff, and counterparties. This contributes to its image, the main component of the intangible assets of the entity .

The main factors determining the financial sustainability of an enterprise include the financial structure of capital (the ratio of debt and equity, as well as long-term and short-term sources of funds) and the policy of financing individual components of assets (primarily non-current assets and stocks).

The following indicators are used to assess the level of financial soundness:

– ratio of attracted and own funds;
– coefficient of autonomy (solvency);
– coefficient of maneuverability of own funds;
– coefficient of efficiency of use of own funds;
– ratio of financial resources of all property.

Ratio of debt-to-equity ratiocharacterizes the structure of financial resources of the enterprise. It is calculated as a fraction of the distribution of the amount of borrowed funds in the amount of equity. The maximum permissible value of this indicator is 1 (assuming equality of borrowing and own funds) .

The coefficient of financial autonomy, or independence (coefficient of concentration of equity), characterizes the share of own funds (equity) in the total advance amount of funds. The enterprise is more stable, independent and financially sound than external creditors, the greater the value of this indicator. It is believed that high-net-worth businesses are more willing to invest because they have the ability to repay debt from their own assets. In practice, it is proved that the total amount of debt should not be greater than the sum of own sources of financing, ie the total amount of capital should be formed not less than half at its own expense.

Therefore, in order to maximize the flow of money to the enterprise, a wider range of contract models should be developed with suppliers with flexible payment terms. A system of discounts for speeding up payment is more effective than a system of penalties for late payment. In the context of inflation, this leads to a decrease in the current value of sales, so the possibility of providing a discount with early payment should be carefully assessed .

The coefficient of maneuverability of own funds characterizes the degree of mobility of the use of equity. Maneuverability ratio shows the proportion of own funds invested in current assets. There are no clear recommendations on the value of this factor, but it is considered that its value should be at least 0.2, which will provide sufficient flexibility in the use of equity. To evaluate the maneuverability factor, it is necessary to compare its value with the level of past periods, the industry average or the level of its closest competitors

The coefficient of efficiency of use of own funds shows how much profit 1 UAH gives. own funds. Theoretically, the normal value of this factor is at least 0.4.

The ratio of use of financial resources (total assets) allows you to determine for what period the profit received can offset the value of the property. There is no normative numerical value for this coefficient, positive is the increase of this coefficient with respect to the previous period.

To improve the financial situation of each enterprise, it is necessary to monitor the availability of available financial resources, the ratio of receivables and payables, to find ways and ways that can reduce the amount of debt in the enterprise.

When determining the financial strength of an entity, consideration should be given to the factors that affect its decline or growth, since determining the cause of the decline can properly build a strategy to ensure the financial stability of the enterprise. Therefore, the following are the main internal factors that significantly affect the financial stability of the enterprise:

– affiliation of the enterprise to a certain branch;
– the amount of paid-up share capital;
– cost structure, their dynamics in comparison with profit;
– the size of financial resources, including reserves and reserves.

Economic and political processes in the country, technological development, consumer solvency, and competition also have a significant impact on the enterprise and its financial stability. We attributed these factors to external factors of influence.

Conclusion. Thus, financial stability reflects the state of financial resources and the degree of their use, in which the enterprise is able to ensure a smooth process of production, as well as the cost of its diversification and modernization. And the process of ensuring the financial stability of the enterprise should be aimed at minimizing the negative impact of the external and internal environment on the activity of the enterprise.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МОДЕЛІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ АГРОБІЗНЕСУ

METHODICAL PRINCIPLES OF IDENTIFICATION OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT MODEL OF AGROBUSINESS ENTERPRISES

УДК658:658.8:637.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-35

Степаненко Н.І.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Житомирський національний
агроекологічний університет
Волкова І.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Житомирський національний
агроекологічний університет

Метою статті є дослідження існуючих методик і узагальнення досвіду проведення маркетингових досліджень для ідентифікації моделі конкурентного середовища підприємств сфери агробізнесу. У статті представлено результати досліджень маркетингової діяльності як інформаційного супроводження товарної політики підприємств сфери агробізнесу. Проаналізовано значення застосування методичних інструментів для розроблення підприємством стратегії і тактики виходу на ринок, проведення цілеспрямованої маркетингової політики. Сформовано спеціальні методи оцінки маркетингового середовища підприємств сфери агробізнесу. Визначено параметри зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища підприємства. Обґрунтовано методичний підхід до ідентифікації та аналізу конкурентної моделі діяльності підприємств агробізнесу. Представлено методологічні засади формування моделі конкурентного середовища на основі холістичного підходу до визначення та диференціації чинників успіху підприємств сфери агробізнесу.

Ключові слова: *конкурентне середовище, підприємства сфери агробізнесу, маркетингові дослідження, товарна політика, корпоративний продуктовий портфель, конкурентна модель діяльності підприємства.*

Целью статьи является исследование существующих методик и обобщение опыта проведения маркетинговых исследований для идентификации модели конкурентной среды предприятий сферы агробизнеса. В статье представлены результаты исследований маркетинговой деятельности как информационного сопровождения товарной политики предприятий сферы агробизнеса. Исследовано значение использования методического инструментария для разработки предприятием стратегии и тактики выхода на рынок, проведения целенаправленной маркетинговой политики. Сформированы специальные методы оценки маркетинговой среды предприятий агробизнеса. Определены параметры внешней и внутренней маркетинговой среды предприятий. Обоснован методический подход к идентификации и анализу конкурентной модели деятельности предприятий агробизнеса. Представлены методологические основы формирования модели конкурентной среды на основании холистического подхода к определению и дифференциации факторов успеха предприятий сферы агробизнеса.

Ключевые слова: *конкурентная среда, предприятия сферы агробизнеса, маркетинговые исследования, товарная политика, корпоративный продуктовый портфель, конкурентная модель деятельности предприятия.*

The purpose of the article is to investigate existing methods and generalize the experience of conducting marketing research to identify the model of competitive environment of enterprises in the field of agribusiness. The article presents the results of research of marketing activity as information support of commodity policy of agribusiness enterprises. The importance of the application of methodological tools for the development of enterprise strategy and tactics of entering the market, conducting targeted marketing policy is analyzed. Special methods of environmental assessment of agribusiness enterprises have been formulated. The parameters of external and internal marketing environment of enterprise are certain. The methodical approach for identification and analysis of competition model of agribusiness enterprises activity is substantiated. The methodological foundations of the competitive environment model formation based on a holistic approach to determination and differentiation the agribusiness enterprises success factors are presented. The necessity of input of effective mechanism of development and implementation of the agribusiness enterprises commodity politics is reasonable on principles of the system of marketing activity with the aim of activation of the economically self-weighted mechanisms of concordance of interests of all subjects of markets of agricultural products. The role of research and information activity is certain taking into account the necessity of providing of actuality of agribusiness enterprises on target markets. Methodological principles of complex analysis and optimization of analytical tool of agribusiness enterprises are worked out as an integral method that allows to identify the model of competition environment. Key component methodologies are certain for authentication of competition model of agribusiness enterprises: conjuncture analysis; analysis of balanced, business activity and potential; analysis of tendencies, proportion, firmness of market and saturation development by his commodities; multidimensional quantitative estimation of basic variables that characterize a market condition; analysis of recurrence and market seasonality. It has been proven that an enterprise will be able to line up the correct programs and plans with taking into account the necessity of adaptation to the future events, to find out new possibilities on his present and new markers.

Key words: *competitive environment, agribusiness enterprises, marketing research, product policy, corporate product portfolio, competitive model of enterprise activity.*

Постановка проблеми. Ідентифікація моделі конкурентного середовища в парадигмі маркетингового управління корпоративним продуктовим портфелем підприємства розглядається як процес послідовного прийняття ієрархічно підпорядкованих рішень щодо динамічної й гнучкої технології розроблення та реалізації стратегій адаптації підприємства до середовища, орієнтованих на імплементацію загальнокорпоративної стратегічної орієнтації компанії. Багатоплановість завдання пошуку оптимального формату реалізації ресурсного потенціалу підприємства сфери агробізнесу з метою завоювання ринкової влади зумовлює необхідність структуризації наукового та практичного контексту розв'язання зазначеної проблеми. Суперечливість переважної більшості методичних підходів до аналізу й ідентифікації конкурентної моделі полягає в альтернативності застосування маркетингової, технологічної та фінансової інструментальної бази. При цьому оціночно-аналітичні методики переважно призначені для ідентифікації окремих характеристик зовнішнього середовища,

проте обґрунтування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства на корпоративному рівні вимагає формування технологічного підходу до холістичного формату розв'язання управлінських завдань. З огляду на це, важливими питаннями управління корпоративним продуктовим портфелем підприємств агробізнесу є забезпечення комплексності підходу до аналізу чинників, що детермінують його структуру, а також орієнтація на узгодження стратегічних та операційних управлінських рішень у контексті поліфункціональності агробізнесової діяльності підприємства як суб'єкта ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика аналітичного супроводження ідентифікації конкурентної моделі функціонування підприємств агробізнесу є сферою наукових інтересів таких вітчизняних та зарубіжних дослідників, як Л. Балабанова [1], Ю. Данько [2], Д. Девіс [3], Д. Дей [4], Е.І. Соловйов [5]. Попри значну кількість методологічних та емпіричних досліджень щодо різних аспектів оцінки, аналітики та моніторингу параметричних характеристик маркетингових детермінант функціонування підприємств, окремого дослідження потребує проблематика технології ідентифікації моделі конкурентного середовища на основі холістичного підходу до визначення та диференціації факторів успіху підприємств сфери агробізнесу.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення методологічних засад комплексного аналізу й оптимізації аналітичного інструментарію підприємств сфери агробізнесу як інтегральної метрики, що дає змогу ідентифікувати модель конкурентного середовища та вдосконалювати управління їхньою маркетинговою діяльністю у цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингове середовище підприємства є сукупністю діючих за його межами й усередині нього чинників і суб'єктів, що визначають взаємини даного підприємства з контактними аудиторіями, діяльність яких є комплементарною до корпоративної місії підприємства. Місія розглядається як сукупність лаконічно сформульованих положень, за допомогою яких забезпечується коротка характеристика ринкового позиціювання підприємства, його орієнтованість щодо таких змінних, як ринкові потреби і споживчі особливості. У рамках маркетингового середовища відбувається імплементація маркетингових стратегічно орієнтованих процесів та технологій підприємства. З огляду на те, що середовище перманентно змінюється внаслідок багатофакторності та різноспрямованості впливу чинників, конкурентна модель діяльності

Таблиця 1

Технологія аналізу ринку як основа ідентифікації конкурентної моделі функціонування підприємства

№	Компонент технології аналізу ринку	Об'єкт дослідження	Методичний інструментарій
1	Ідентифікація типу ринку	Класифікація ринків за критеріями	Критеріальний аналіз
2	Аналіз чинників середовища	Чинники макро-, мікросередовища, детермінанти розвитку ринку та його суб'єктів	SWOT-, STEP/PEST-, ETOM-, QUEST-аналіз
3	Кон'юнктурне дослідження	Система індикаторів: – об'єкт купівлі-продажу – тип клієнтів – тип регулювання – тип конкуренції – співвідношення попиту і пропозиції – територіальні обмеження – організаційна структура – особливості маркетингової діяльності – якісна структура – критерій життєвого циклу	Кон'юнктурний аналіз як зіставлення індикаторів ринку і індексів ділової активності, попиту і пропозиції
4	Стратегічний аналіз	Потенціал розвитку ринку	– кон'юнктурний тест – бальна оцінка – ранжування – зважування – соціологічне опитування – оцінка купівельної задоволеності – індекс споживчих намірів
		Резерви зростання підприємства	
		Сталість розвитку ринку	
		Тренди	
5	Оцінка стану ринку	Товарна збалансованість	– балансовий метод – експертна оцінка – регресійні та трендові методи – моделі динаміки ринку – метод аналітичного вирівнювання
		Ділова активність	
		Пропорційність	
		Товарна насиченість	
6	Моніторинг динамічних ринкових характеристик	Сезонність, циклічність ринку	Економіко-статистичні методи

підприємства потребує аудиту та коригування з метою забезпечення релевантності його маркетингових інструментів.

Підприємство здебільшого здатне забезпечувати контролювання чинників мікросередовища, підбираючи самостійно таких суб'єктів, як постачальники, посередники, партнери, визначаючи, якими повинні бути його покупці й які до них підбирати підходи, здійснюючи підбір привабливого ринку (привабливість у тому числі залежить від конкурентів і від того, яким може бути конкурентне протистояння).

Підприємству треба прагнути до проактивної поведінки у цих процесах. Під час аналізу зовнішнього середовища передбачається здійснення процесу, який контролює зовнішні чинники по відношенню до досліджуваного підприємства, оскільки він здатний виявити можливості і загрози. За допомогою такого аналізу можливим виявляється отримання важливих результатів, які сприяють виявленню можливостей, складання маркетингового плану з урахуванням можливих небезпек (загроз) і розроблення стратегій, за допомогою реалізації яких підприємство знайде здатність на перетворення наявних загроз у вигідні для нього можливості.

При цьому особливість сучасних умов діяльності підприємств сфери сільськогосподарського товаровиробництва полягає в комплементарності їхніх стратегічних цілей, яка передбачає, з одного боку, орієнтацію на глобальні тенденції функціонування агропродовольчих ринків, з іншого – необхідність адаптації до реалій внутрішнього ринку. З огляду на це, особливого значення набуває формування ефективної товарної політики аграрних підприємств як інструменту забезпечення їхньої економічної стійкості за умов турбулентності бізнес-середовища.

У такому контексті нагальною є потреба запровадження дієвого механізму розроблення та імплементації товарної політики сільськогосподарських підприємств на засадах системності маркетингової діяльності з метою активізації економічно виважених механізмів узгодження інтересів усіх суб’єктів ринків агропродовольчої продукції. Непересічну роль у цьому процесі відіграє інформаційно-аналітичний складник з огляду на необхідність забезпечення актуальності аграрних підприємств на цільових ринках. Отже, дослідження подальшого розвитку аграрних підприємств та їх ефективного функціонування на основі збалансованого характеру товарної політики, розроблення науково обґрунтованих продуктових стратегій сільськогосподарських підприємств та інформаційно-аналітичного забезпечення їхньої діяльності, представленого результатами маркетингових досліджень кон’юнктури внутрішнього та зовнішнього ринків, нині представляється пріоритетним завданням.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, стан ринку як його інтегральна характеристика потребує застосування технології дослідження, що дає можливість підприємству орієнтуватися на дієву конкурентну модель адаптації до умов цільового ринку. Ключовим складником запропонованої методики вбачається обґрунтування комплексу критеріїв відповідно до напрямів дослідження ринку. Системоутворюючими в рамках технології ідентифікації конкурентної моделі підприємств сфери агробізнесу вбачаються кон'юнктурний аналіз; аналіз збалансованості, ділової активності та потенціалу; аналіз тенденцій, пропорційності, стійкості розвитку ринку і насиченості його товарами; багатовимірна кількісна (бальна) оцінка основних змінних, що характеризують стан ринку; аналіз циклічності і сезонності ринку. Підприємство буде здатне вибудовувати правильні програми і плани з прийняттям до уваги необхідності адаптації до майбутніх подій, виявляти нові можливості на його нинішніх і нових ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства. Київ : Професіонал, 2006. 336 с.

2. Данько Ю.І., Красноруцький О.О. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України. Харків : Міськдрук, 2009. 262 с.

3. Дэвис Дж. Исследования в рекламной деятельности: теория и практика. Москва : Вильямс, 2003. 858 с.

4. Дэй Д. Стратегический маркетинг. Москва : ЭКСМО-Пресс, 2002. 640 с.

5. Соловйов І.О. Агромаркетинг: системна методологія, реалізація концепції. Херсон : Олді-плюс, 2008. 344 с.

REFERENCES:

1. Balabanova L.V. (2006) Marketingova tovarna polityka v systemi menegmenty pidpryemstva [Marketing commodity policy in the enterprise management system]. Kyiv: Professional, 336 p. (in Ukrainian)

2. Danko U.I., Krasnoruckiy O.O. (2009) Rozvitok marketingy na rynky agroprodovolchoi produkcii Ykrainy [Development of marketing in the market of agricultural food products of Ukraine]. Kharkiv: Miskdruk, 262 p. (in Ukrainian)

3. Devis J. (2003) Issledovaniya v reklamnoy deyatelnosti: teoriya I praktika [Research in advertising: theory and practice]. Moscow: Vilyams, 858 p. (in Russian)

4. Dey D. (2002) Strategicheskiy marketing [Strategy marketing]. Moscow: EKSMO-Press, 640 p. (in Russian)

5. Solovyov I.O. (2008) Agromarketing: systemna metodologiya, realizacia koncepcii [Agromarketing: system methodology, concept of implementation]. Kherson: Oldi-plus, 344 p. (in Ukrainian)

Stepanenko Nataliya
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing
Zhytomyr National Agroecological University
Volkova Inna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing
Zhytomyr National Agroecological University

METHODICAL PRINCIPLES OF IDENTIFICATION OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT MODEL OF AGROBUSINESS ENTERPRISES

The purpose of the article. Authentication of competition environment model in the paradigm of enterprise marketing management is examined as a process of successive acceptance of hierarchically inferior decisions in relation to dynamic and flexible technology of development and realization of strategies of adaptation of enterprise to the environment. The inconsistency of the vast majority of methodological approaches to analyzing and identifying a competing model lies in the alternative of using a marketing, technological and financial toolbox. In this case, evaluation and analytical techniques are mainly intended to identify individual characteristics of the external environment, but justifying the strategy of ensuring the competitiveness of the enterprise at the corporate level requires the formation of a technological approach to a holistic format for solving management problems.

Methodology. The survey is based on methodological approach to managing the agribusiness enterprise product portfolio. It provides a comprehensive approach to the analysis of the factors that determine its structure, as well as to focus on the coordination of strategic and operational management decisions in the context of the multifunctionality of the agribusiness enterprise as a market entity.

Results. An enterprise's marketing environment is a collection of factors and entities acting outside and within it that determine the relationship of the enterprise with contact audiences whose activities are complementary to the enterprise corporate mission. The mission is considered as a set of concisely formulated provisions that provide a brief description of the market positioning of the enterprise, its orientation towards such variables as market needs and consumer characteristics. Within the marketing environment, the implementation of marketing strategic processes and technologies of the enterprise is implemented. Given that the environment is permanently changing due to the multifactorial and multi-directional influence of the factors, the competitive model of the enterprise activity needs to be audited and adjusted to ensure the relevance of its marketing tools.

Research on the further development of agricultural enterprises and their effective functioning on the basis of a balanced nature of commodity policy, the development of scientifically sound product strategies of agricultural enterprises and information and analytical support of their activities, represented by the results of marketing studies of the domestic and foreign markets are currently present.

Practical implications. Let us pay a special attention to the complementarity of agribusiness enterprises strategic goals which implies, on the one hand, orientation to the global tendencies of functioning of agro-food markets, on the other, the need to adapt to the realities of the internal market.

Value/originality. The state of the market as its integral characteristic requires the use of research technology which enables the company to focus on an effective competitive model of adaptation to the conditions of the target market. The key components of the proposed methodology are justification of a set of criteria according to the areas of market research. System-forming within the framework of technology of identification of the competitive model of the enterprises of the sphere of agribusiness are seen by the market analysis; analysis of balance, business activity and potential; analysis of trends, proportionality, stability of market development and saturation of its goods; multidimensional quantitative (scoring) assessment of the main variables that characterize the state of the market analysis of cyclicality and seasonality of the market. The company will be able to build the right programs and plans, taking into account the need to adapt to future events, to identify new opportunities in its current and new markets.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

CURRENT ASSET MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL IN THE GLOBALIZATION AND EUROPEAN INTEGRATION CONDITIONS

УДК: 336.663

https://doi.org/10.32843/infrastruct38-36

Стратійчук В.М.
аспірант кафедри економіки
та фінансів підприємства
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті ідентифіковано особливості виділення оборотних активів як елемента підприємницького потенціалу підприємства. Запропоновано вважати оборотні активи ресурсним складником підприємницького потенціалу підприємства. Обґрунтовано важливість виділення оборотних активів у системі ресурсної частки підприємницького потенціалу на основі співставлення динаміки питомої ваги оборотних активів та обсягу чистого прибутку підприємств України. Визначено основні складники системи управління оборотними активами, які включають суб'єкти, об'єкт управління, основні принципи, методи, функції, інструменти та етапи управління оборотними активами як елементом підприємницького потенціалу підприємства, на основі чого сформовано модель управління. Охарактеризовано вплив сучасних умов євроінтеграції та глобалізації на функціонування оборотних активів у системі реалізації підприємницького потенціалу підприємства.

Ключові слова: *підприємницький потенціал, оборотні активи, ресурсний потенціал, модель управління, євроінтеграція, глобалізація.*

В статье идентифицированы особенности выделения оборотных активов как элемента предпринимательского потенциала предприятия. Предложено считать оборотные активы ресурсной составляющей предпринимательского потенциала предприятия. Обоснована важность выделения оборотных активов в системе ресурсной доли предпринимательского потенциала на основе сопоставления динамики удельного веса оборотных активов и объема чистой прибыли предприятий Украины. Определены основные составляющие системы управления оборотными активами, которые включают субъекты, объект управления, основные принципы, методы, функции, инструменты и этапы управления оборотными активами как элементом предпринимательского потенциала предприятия, на основе чего сформирована модель управления. Охарактеризовано влияние современных условий евроинтеграции и глобализации на функционирование оборотных активов в системе реализации предпринимательского потенциала предприятия.

Ключевые слова: *предпринимательский потенциал, оборотные активы, ресурсный потенциал, модель управления, евроинтеграция, глобализация.*

The article interprets that the current conditions of market transformations, development of European integration and globalization processes require from domestic enterprises constant improvement and development in order to ensure effective activity in the future. A large number of scientists equate the entrepreneurial potential of the enterprise with the human resources considering only its intellectual component. The article identifies features of allocation of current assets as an element of entrepreneurial potential of the enterprise. In the article proposed to consider current assets as a resource component of the enterprise potential of the enterprise based on the concept of a resource approach to the interpretation of the economic essence of "entrepreneurial potential". The importance of allocation of current assets in the system of resource share of entrepreneurial potential is substantiated on the basis of comparing the dynamics of the share of current assets and the volume of net profit of Ukrainian enterprises, which showed a direct correlation between the increase of the share of current assets and the volume of profit of enterprises. Allocation of current assets to a part of entrepreneurial potential requires improvement of their functioning using innovative approaches and methods of best management experience in the use of current assets. The basic components of the current assets management system are defined, which include the subjects, the object of management, the basic principles, methods, functions, tools and stages of management of the current assets as an element of the entrepreneurial potential of the enterprise, based on which the management model is formed. In the article is also characterized the influence of modern conditions of European integration and globalization on the functioning of current assets in the system of realization of entrepreneurial potential of the enterprise. Modern processes of European integration and globalization require from domestic enterprises continuous improvement and modernization, which is most effectively, realized through mutual complementation and interconnection of intellectual and resource components.

Key words: *entrepreneurial potential, current assets, resource potential, management model, European integration, globalization.*

Постановка проблеми. Сучасні умови ринкових трансформацій, розвитку євроінтеграційних та глобалізаційних процесів вимагають від вітчизняних підприємств постійного вдосконалення та розвитку з метою забезпечення ефективної діяльності у перспективі. Одним з основних ідентифікаторів ефективності функціонування сучасного підприємства є результативність використання його підприємницького потенціалу. Більшість сучасних науковців у трактуванні сутності підприємницького потенціалу опирається на підхід, що визначає нематеріальний складник підприємницького потенціалу, тобто наявність у осіб, що реалізують підприємницьку діяльність чи певним чином беруть у ній участь, необхідних здібностей, навичок, знань, компетенцій тощо.

На нашу думку, недостатньо визначати підприємницький потенціал лише людськими вміннями та здібностями, адже підприємницька діяльність реалізується за умови наявності крім особистісних факторів також ресурсного складника, який дає змогу реалізувати наявні підприємницькі здібності. Одним із важливих видів ресурсів підприємства є його оборотні активи, що забезпечують

безперервну операційну діяльність підприємства з метою одержання економічних вигід. Досі науковці не виділяли окремим елементом підприємницького потенціалу саме оборотні активи, їх досліджували лише у складі загального обсягу ресурсів підприємства. Тому дане питання є недостатньо обґрунтованим та потребує дослідження, що дасть змогу вдосконалити процес управління оборотними активами та визначити їхнє місце у реалізації підприємницького потенціалу сучасних підприємств з урахуванням умов господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми трактування сутності та особливостей реалізації підприємницького потенціалу підприємства присвячено наукові праці низки вітчизняних науковців. Зокрема, Н.С. Краснокутська та І.Г. Бубенець [3] дослідили підприємницький потенціал як чинник розвитку торговельних підприємств; Н.М. Богацька та В.С. Миронишин [1] ідентифікували роль підприємницького потенціалу в контексті реалізації конкурентної діяльності підприємства; О.В. Латишева та С.Я. Фаріон [4; 9] визначили місце ресурсного потенціалу в структурі сукупного потенціалу підприємства; В.В. Хачатрян [10; 11] обґрунтувала сутнісні ознаки поняття «підприємницький потенціал» та охарактеризувала особливості його реалізації в сучасних умовах глобалізації та інтеграції. Своєю чергою, дослідженню особливостей управління оборотними активами сучасних вітчизняних підприємств присвячено наукові праці Н.О. Власової та О.В. Михайлової [2], які обґрунтували особливості вибору типу політики формування оборотних активів; Н.А. Стеценко [6], що визначила ключові елементи системи управління оборотним активами; В.М. Стратійчук [7; 8], яка розглянула процес управління оборотними активами в контексті застосування сучасних інструментів стратегічного управління. Проте дослідження проблеми використання оборотних активів як елемента підприємницького потенціалу підприємства потребує подальшого обґрунтування та дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз основних підходів до ідентифікації оборотних активів у структурі підприємницького потенціалу підприємства; визначення ключових складників та формування моделі управління оборотними активами як елемента підприємницького потенціалу; визначення впливу сучасних умов глобалізації та євроінтеграції на процес управління оборотними активами в системі реалізації підприємницького потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення оборотних активів елементом підприємницького потенціалу базується на концепції ресурсного підходу до тлумачення економічної сутності підприємницького потенціалу. Даний підхід опирається на структуризацію основних елементів підприємницького потенціалу за видами та характером ресурсів підприємства. Різні науковці виділяють різну кількість складників ресурсного потенціалу підприємства [10, с. 273].

Сучасний науковець О.В. Латишева визначає такі основні складники ресурсного потенціалу підприємства: матеріально-технічний, фінансово-майновий, нематеріальний, трудовий, соціальний та екологічний [4, с. 127]. Даний поділ дає змогу виділити оборотні активи елементами матеріально-технічного та фінансово-майнового складників, що відображаються у формі виробничого потенціалу та фінансових ресурсів підприємства. Оборотні активи беруть безпосередню участь у створенні та реалізації продукції, що є індикатором ефективності функціонування усього підприємства й ефективності його потенціалу. Цінність оборотних активів у складі ресурсів підприємства підкреслюється їх високою питомою вагою порівняно з необоротними активами. Зокрема, за даними Державної служби статистики України, частка оборотних активів вітчизняних підприємств у 2017 р. становила 56,7% структури балансу [5, с. 83]. Такий показник свідчить про важливість даного виду ресурсів як елемента підприємницького потенціалу. На рис. 1 відображено питому вагу оборотних активів у структурі балансу вітчизняних підприємств у розрізі видів економічної діяльності.

Як свідчить статистика, у 2017 р. найбільшою була питома вага оборотних активів сфери торгівлі (86,1%), сільського господарства (70,1%), будівництва (68,5%) та сфери фінансової і страхової діяльності (66%). На рис. 1 видно, що майже в усіх випадках високе значення частки оборотних активів супроводжувалося великими обсягами чистого прибутку (за винятком сфери будівництва). Така тенденція свідчить про пряму пропорційність між зростанням даного виду ресурсів та результатів діяльності підприємств, що зумовлює їхній позитивний вплив на ефективність діяльності підприємств.

Досі процес управління оборотними активами вітчизняних підприємств базувався лише на основних виробничих та реалізаційних принципах здійснення операційної діяльності, адже оборотні активи традиційно визначалися ресурсом, що забезпечує лише поточну діяльність та повністю обертається протягом одного операційного циклу. Сьогодні оборотні активи доцільно розглядати не лише в контексті поточної діяльності підприємства, а й як елемент підприємницького потенціалу, високий ступінь гнучкості яких дає змогу, використовуючи інноваційні знання, вміння та здібності підприємця, наростити результативність та прибутковість функціонування суб'єкта господарювання.

Сьогодні оборотні активи виділяють також у системі стратегічного ресурсного потенціалу підприємства, приділяючи увагу спрямуванню їх

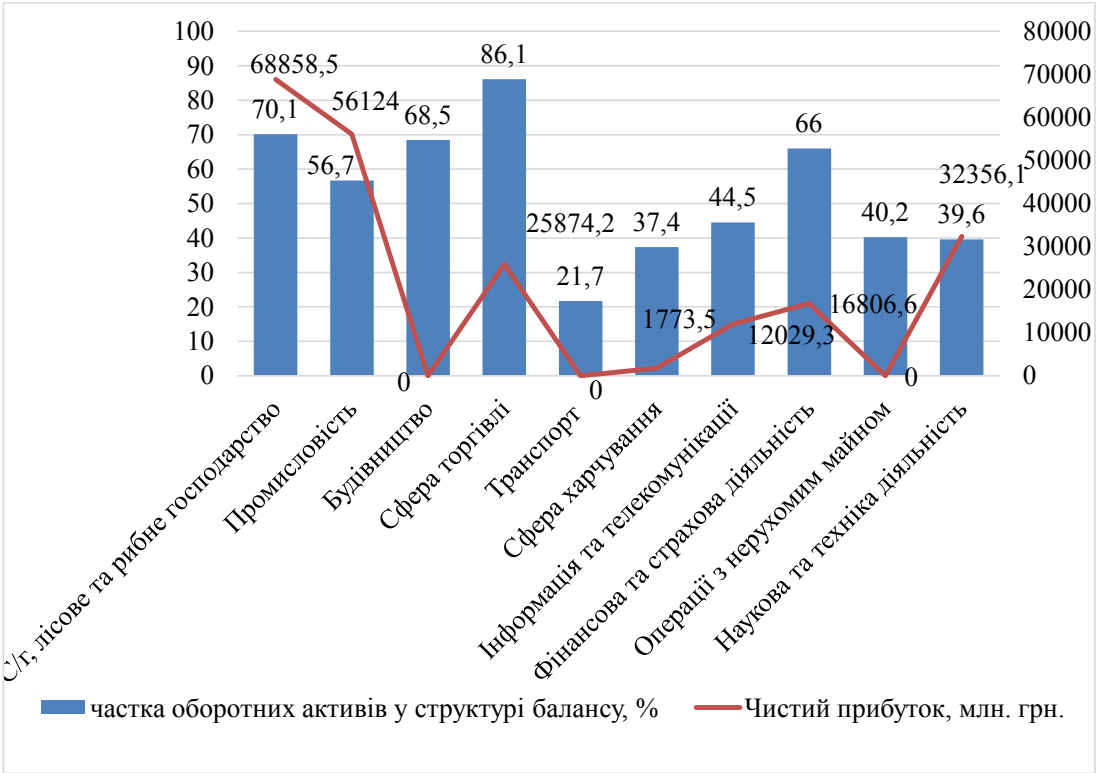


Рис. 1. Співставлення питомої ваги оборотних активів та обсягу чистого прибутку підприємств України за видами діяльності у 2017 р.

Джерело: сформовано за даними [3]

функціонування на досягнення стратегічної цілі підприємства. Тобто відбувається адаптація поняття «оборотні активи», яке до цього часу використовувалося виключно у короткостроковому функціонуванні, до умов довгострокового періоду [7, с. 138–139]. Надання стратегічного характеру процесу управління оборотними активами ще раз підкреслює існування можливостей щодо вдосконалення процесу управління ними та віднесення їх на основі принципів інноваційності, стратегічної спрямованості до елементів підприємницького потенціалу підприємства.

Виділення оборотних активів часткою підприємницького потенціалу вимагає вдосконалення процесу їх функціонування, використовуючи інноваційні підходи та методи передового управлінського досвіду щодо використання оборотних активів. Глобалізація та міжнародна науково-виробнича кооперація вимагають поступового переходу до інноваційних технологій із метою завоювання провідних позицій на міжнародних ринках. [11, с. 147]. Удосконалення процесу управління оборотними активами в системі використання підприємницького потенціалу призведе до розвитку ділової активності підприємств, дотримання вимог стандартів світового рівня для входження на нові ринки з якісною перспективною продукцією та підвищення ефективності діяльності підприємства й розвитку потенціалу.

Зміна умов використання оборотних активів та середовища їх функціонування зумовлює адаптацію основних елементів системи управління ними. Сформуємо модель управління оборотними активами в системі реалізації підприємницького потенціалу в умовах євроінтеграції та глобалізації (рис. 2). Об'єктом управління оборотними активами як елемента підприємницького потенціалу виступають склад та структура оборотних активів, їхня питома вага у складі підприємницького ресурсного потенціалу підприємства. Своєю чергою, суб'єктами управління є посадові особи, що формують нематеріальний складник підприємницького потенціалу підприємства та безпосередньо здійснюють формування та реалізацію стратегії управління оборотними активами.

Управління оборотними активами передбачає формування алгоритму дій, стратегій щодо його використання як елемента підприємницького потенціалу з урахуванням основних функцій, принципів та методів управління оборотними активами та адаптації їх до сучасних умов глобалізації та євроінтеграції.

Початковим етапом дій процесу управління оборотними активами підприємства аналіз ретроспективного розвитку оборотних активів та визначення основних показників результативності їх використання, що дасть змогу оцінити можливості функціонування оборотних активів, екстраполюючи резуль-

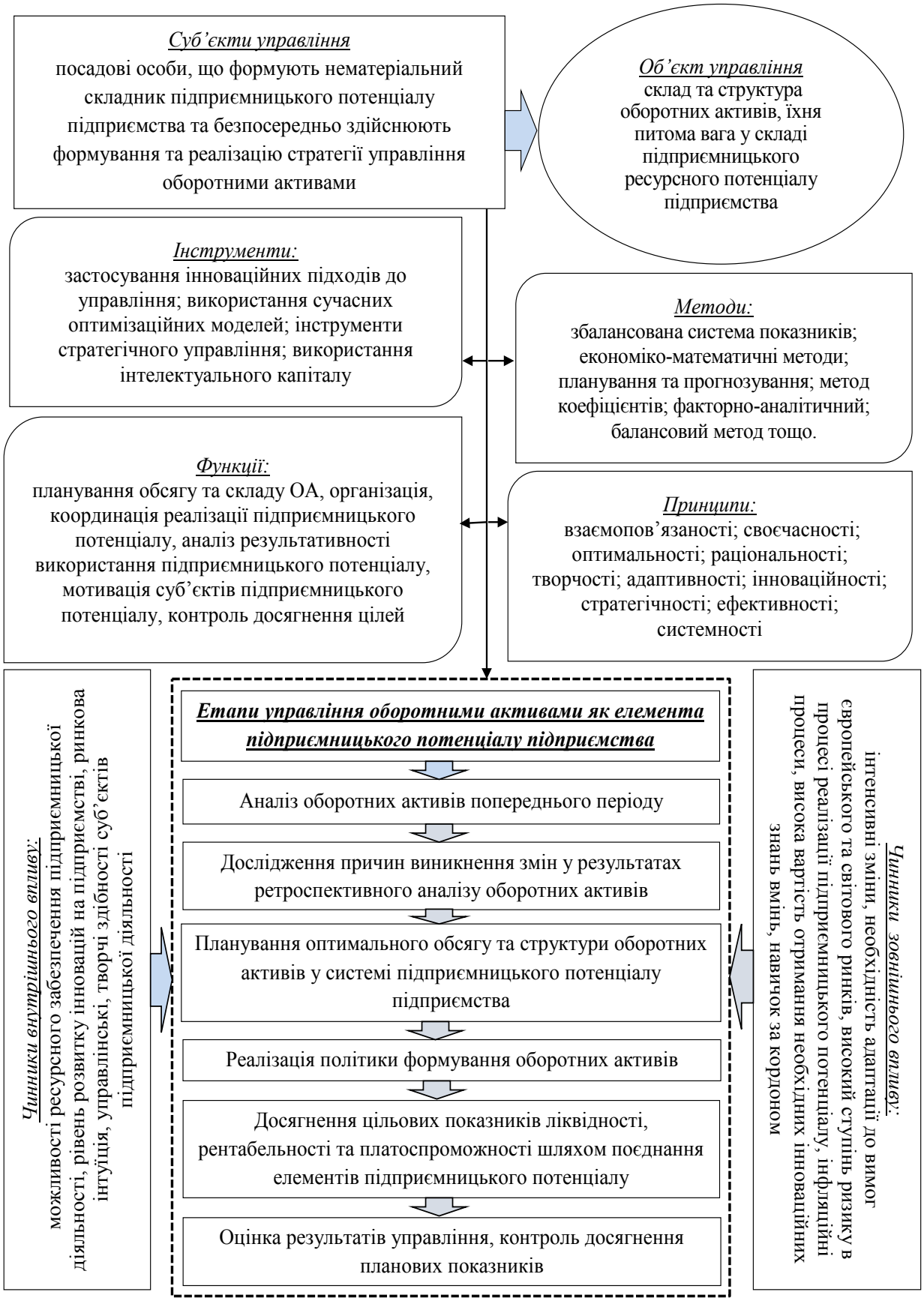


Рис. 2. Модель управління оборотними активами як елементом підприємницького потенціалу підприємства

Джерело: доповнено автором за [3; 6; 8; 9]

тати попереднього періоду на сучасний та майбутній їхній стан. Процес удосконалення результативності використання оборотних активів попереднього періоду вимагає дослідження причин виникнення певних змін загального обсягу, складу, структури оборотних активів та їх результуючих показників, що зумовлює виділення наступного етапу процесу управління та допоможе уникнути наявних ризиків і посилити можливості в перспективі.

Визначивши причини виникнення змін у попередньому періоді, з їх урахуванням необхідно здійснити планування обсягу та складу оборотних активів перспективного періоду як елемента підприємницького потенціалу, що реалізується з використанням сучасних оптимізаційних моделей, умінь, знань, навичок суб'єктів управління оборотними активами. Даний етап є важливим, адже наявність оборотних активів понад норму свідчить про незбалансованість майна. Своєю чергою, якщо оборотних активів недостатньо, це призводить до невиконання підприємством своїх зобов'язань у повному обсязі.

На наступному етапі, спланувавши необхідний рівень оборотних активів, здійснюється реалізація політики їх формування. Дослідження та визначення типів політики формування оборотних активів на підприємствах є достатньо складним завданням. Це зумовлено різноманітністю зовнішніх та внутрішніх умов існування окремих підприємств; розмаїтістю та змінністю їх цільових настанов функціонування та розвитку; відсутністю кількісних оцінок цільових критеріїв. У класичній економічній та фінансовій літературі виокремлюють три типи політики управління оборотними активами: консервативний, помірний та агресивний [2, с. 226]. Вибір необхідного типу політики формування оборотних активів залежить перш за все від середовища господарювання та впливу чинників, а також від умінь суб'єктів управління оборотними активами ідентифікувати існуючі чинники впливу для вибору оптимального типу політики формування оборотних активів. Отже, реалізація політики формування оборотних активів перш за все визначається рівнем розвитку інтелектуального складника підприємницького потенціалу.

Після вибору типу політики формування оборотних активів необхідно здійснити безпосередньо використання оборотних активів для досягнення поставлених підприємством цільових показників, зокрема певного рівня ліквідності, платоспроможності, рентабельності тощо. У наукових працях [7; 8] запропоновано дещо змінити усталене розуміння сутності оборотних активів лише як об'єкта поточного управління, а також розглядати їх як частку стратегічного потенціалу підприємства, що надає даному виду ресурсів довгострокового характеру. Переорієнтація в системі управління оборотними активами базується на трансформації умов використання оборотних активів, а також на пошуку способів удосконалення ефективності та результативності їх функціонування. Застосування сучасних інструментів стратегічного управління в процесі управління оборотними активами потребує використання сучасних знань та технологій, що ґрунтуються на необхідності вивчення новітніх методик та інструментів управління безпосередніми учасниками процесу управління, що підкреслює важливість взаємозалежності реалізації ресурсного та інтелектуального видів підприємницького потенціалу.

Останнім етапом є проведення оцінювання результатів управління та визначення ступеня досягнення планових показників. За результатами даної оцінки на підприємстві формується подальший план дій щодо вдосконалення системи управління оборотними активами у перспективі з урахуванням ризиків та можливостей реалізованої моделі, а також чинників, що вплинули на її реалізацію. Виявлені ризики, що виникли в процесі управління оборотними активами, необхідно за можливості уникати у перспективі, проте існує також ризик, притаманний використанню інтелектуального підприємницького потенціалу за будь-яким напрямом діяльності. У найбільш узагальненому визначенні цей ризик можна охарактеризувати як негарантованість отримання успіху в процесі використання набутих знань, умінь, освоєння новітніх методів та технологій у плановому періоді.

У цьому контексті важливою умовою успішної реалізації підприємницького потенціалу є врахування умов та чинників впливу. У зв'язку з інтенсифікацією глобалізаційних та євроінтеграційних процесів підприємницький потенціал розвивається, перебуваючи під постійним впливом змін зовнішнього середовища, але при цьому зберігає свою якісну визначеність і властивості, які забезпечують відносну стійкість і адаптивність його функціонування й у цілому істотно впливають на забезпечення стійкості та конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства [1, с. 17].

Таким чином, сучасні процеси євроінтеграції та глобалізації вимагають від вітчизняних підприємств постійного вдосконалення та модернізації, що найбільш ефективно реалізується шляхом взаємодоповнення та взаємозв'язку інтелектуального та ресурсного складників, адже постійна адаптація працівників підприємства до вимог ринку реалізується з використанням існуючих видів ресурсів, які виступають як джерело реалізації інтелектуальних підприємницьких здібностей суб'єктів управління підприємством, що призводить до приросту економічних вигід підприємства та його результативності функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Більшість сучасних науковців, трактуючи поняття підприємницького потенціалу, виділяє лише інтелектуальний його складник. У результаті дослідження ми

дійшли висновку, що не потрібно нехтувати ресурсним елементом підприємницького потенціалу підприємства. Вірно буде визначати підприємницький потенціал індивіда як сукупність набутих ним знань, умінь, навичок, освоєних методик, інструментів та технологій, проте екстраполяція даного трактування на сутність поняття «підприємницький потенціал» підприємства вимагає його вдосконалення, адже метою функціонування підприємства є отримання економічних вигід, що можливо лише з використанням економічних ресурсів та ефективного управління ними, що безпосередньо реалізується інтелектуальним складником підприємницького потенціалу. Оборотні активи є важливою часткою ресурсного підприємницького потенціалу, адже становлять більше половини балансу вітчизняних підприємств. Завдяки високому рівню гнучкості та адаптивності до умов господарювання, здатності до переорієнтації системи управління оборотні активи є важливим джерелом реалізації нематеріального складника підприємницького потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богацька Н.М., Миронишин В.С. Роль підприємницького потенціалу в конкурентній діяльності підприємства. *ЛОГОС. Мистецтво наукової думки.* 2019. № 7. С. 15–18.

2. Власова Н.О., Михайлова О.В. Типізація політики формування оборотних активів та їх ефективність на підприємствах роздрібної торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. С. 223–230.

3. Краснокутська Н.С., Бубенець І.Г. Підприємницький потенціал як фактор розвитку торговельних підприємств : монографія. Харків : Лідер, 2015. 175 с.

4. Латишева О.В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та особливості управління елементами забезпечення сталого розвитку. *Економічний вісник Донбасу.* 2018. № 3(53). С. 126–130.

5. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання 2017» / за ред. М.С. Кузнєцової. Київ : Консультант, 2018. 146 с.

6. Стеценко Н.А. Система управління оборотним капіталом підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(3). С. 258–262.

7. Стратійчук В.М. Особливості ідентифікації поняття «оборотні активи» як об'єкта стратегічного управління. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2018. Вип. 2(13). С. 135–140.

8. Стратійчук В.М. Стратегічне управління оборотними активами підприємств торгівлі. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 59–74.

9. Фаріон С.Я. Місце майнового потенціалу у структурі сукупного потенціалу підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. Вип. 4. С. 150–154.

10. Хачатрян В.В. Особливості ідентифікації підприємницького потенціалу підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016.

11. Хачатрян В.В. Реалізація підприємницького потенціалу підприємств на зовнішньому ринку за сучасних умов глобалізації та інтеграції. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2017. № 4(82). С. 146–151.

REFERENCES:

1. Bohatska N. M., Myronyshyn V. S. (2019) Rol pidpryiemnytskoho potentsialu v konkurentnii diialnosti pidpryiemstva [The role of entrepreneurial potential in the competitive activity of the enterprise]. *International multidisciplinary scientific journal «LOGOS. The Art of Scientific Thought»*, no 7, pp. 15–18. (in Ukrainian)

2. Vlasova N. O., Mykhailova O. V. (2015) Typizatsiia polityky formuvannia oborotnykh aktyviv ta yikh efektyvnist na pidpryiemstvakh rozdribnoi torhivli [Typing of the policy of formation of circulating assets and their efficiency at retail enterprises]. *Business Inform*, no 1, pp. 223–230. (in Ukrainian)

3. Krasnokutska N. S., Bubenets I. H. (2015) *Pidpryiemnytskyi potentsial yak faktor rozvytku torhovelnykh pidpryiemstv* [Business potential as a factor of development of trade enterprises]. Kharkiv: Leader. (in Ukrainian)

4. Latysheva O. V. (2018) Resursnyi potentsial pidpryiemstva: sutnist, skladovi ta osoblyvosti upravlinnia elementamy zabezpechennia staloho rozvytku [Resource potential of the enterprise: essence, components and features of management of elements of maintenance of sustainable development]. *Economic Bulletin of Donbass*, no. 3(53), pp. 126–130. (in Ukrainian)

5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Diialnist subiektiv hospodariuvannia 2017* [Activities of business entities 2017]. Kiev: Consultant. (in Ukrainian)

6. Stetsenko N. A. (2015) Systema upravlinnia oborotnym kapitalom pidpryiemstva [The system of management of working capital of the enterprise]. *Bulletin of Khmelnitsky National University. Economic sciences*, no. 3(3), pp. 258–262. (in Ukrainian)

7. Stratiichuk V. M. (2018) Osoblyvosti identyfikatsii poniattia «oborotni aktyvy» yak obiektu stratehichnoho upravlinnia [Features of identification of the concept of "current assets" as an object of strategic management]. *Eastern Europe: Economics, Business and Management*, no 2(13), pp. 135-140. (in Ukrainian)

8. Stratiichuk V. M. (2019) Stratehichne upravlinnia oborotnymy aktyvamy pidpryiemstv torhivli [Strategic management of current assets of trade enterprise]. KNTEU Bulletin, no 5, pp. 59–74.

9. Farion S. Ya. (2013) Mistse mainovoho potentsialu u strukturi sukupnoho potentsialu pidpryiemstva [The place of property potential in the structure of the aggregate potential of the enterprise]. *Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences*, no 4, pp. 150–154.

10. Khachatrian V. V. (2016) Osoblyvosti identyfikatsii pidpryiemnytskoho potentsialu pidpryiemstva [Features of identification of entrepreneurial potential of the enterprise]. *Bulletin of Khmelnitsky National University*, no. 5(2), pp. 271–275.

11. Khachatrian V. V. (2017) Realizatsiia pidpryiemnytskoho potentsialu pidpryiemstv na zovnishnomu rynku za suchasnykh umov hlobalizatsii ta intehratsii [Realization of entrepreneurial potential of enterprises in the foreign market under the current conditions of globalization and integration]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, no. 4(82), pp. 146–151.

Stratiichuk Viktoriia
Postgraduate Student at Department of Economics and Business Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

CURRENT ASSET MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL IN THE GLOBALIZATION AND EUROPEAN INTEGRATION CONDITIONS

The purpose of the article. The main goal of the article is to study the main approaches to the allocation of current assets as an element of entrepreneurial potential of the enterprise. Substantiation of the economic essence of current assets to the element of entrepreneurial potential of the enterprise. Formation of a model of management of current assets as an element of entrepreneurial potential in the conditions of globalization and European integration.

Methodology. The study based on a comparative analysis of scientists' opinions on the interpretation of the essence of entrepreneurial potential, using the methods of analysis and synthesis, induction and deduction, identified the key essential characteristics of this concept, which allowed forming a generalized treatment of current assets by entrepreneurial element. Using comparative analysis of the dynamics of the share of current assets and the amount of net profit, the importance of current assets in the structure of entrepreneurial potential of Ukrainian enterprises carried out. Based on the generalization method was formed a model of management of current assets as an element of entrepreneurial potential. The influence of globalization and European integration processes on the utilization of entrepreneurial potential of enterprises investigated using factor analysis.

Results. Most modern scholars interpreting the concept of entrepreneurial potential highlight only its intellectual component. Because of the research, we concluded that it is not necessary to neglect a resource element of the entrepreneurial potential of the enterprise. It will be true to define an entrepreneurial potential of an individual as a set of acquired knowledge, skills, skills, methods, tools and technologies, but extrapolation of this interpretation to the essence of the concept of entrepreneurial potential of the enterprise requires its improvement, because the purpose of the enterprise is to obtain only economic benefits using economic resources and managing them effectively, which is directly realized by the intellectual component of entrepreneurial potential. Current assets are an important part of the resource entrepreneurial potential, since they make up more than half of the balance sheet of domestic enterprises. Due to the high level of flexibility and adaptability to economic conditions, the ability to reorient the management system, current assets are an important source of realizing the intangible component of entrepreneurial potential.

Practical implications. As practice shows, it is impossible to realize intellectual potential without the use of the resource and financial component in enterprises. Therefore, the study of the features of resource management I to the element of entrepreneurial potential is an important scientific development for modern enterprises, given the variability of economic conditions.

Value / originality. Improvement of the algorithm of management of current assets in the context of their inclusion in the business potential of the enterprise. Determination of factors influencing the governance system caused by European integration and globalization.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

MANAGEMENT OF PERSONNEL MARKETING AGAINST THE BACKDROP OF THE DIGITAL ECONOMY

УДК 004:005.95
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-37

Суходольська А.С.
к.е.н., старший викладач
кафедри цифрової економіки
та міжнародних економічних відносин
ДУ «Житомирська політехніка»
Ткачук С.С.
студентка
ДУ «Житомирська політехніка»

У статті розглянуто маркетинг персоналу в умовах цифрової економіки. Сучасна економіка переходить на новий рівень цифрових перетворень. Ринки праці збільшують свій попит на технології, стимулюють зростання їх у майбутньому та створюють нові шляхи для скорочення витрат на інновації. Організації, роблячи крок на шляху до цифрових технологій, збільшують ефективність як виробництва, так і управління людськими ресурсами. Цифрова економіка змінює застарілі моделі бізнесу та дає поштовх до появи нових продуктів й винаходів у різних сферах діяльності суспільства. Зміни у становленні та розвитку цифрової економіки призвели до трансформації комплексу заходів щодо управління персоналом організації. Новий вид економіки змусив підприємства адаптуватися до змін у використанні людських ресурсів. Завдяки своїй специфіці нові технології значно розширили інформаційне поле людей та значно полегшили процес управління персоналом.

Ключові слова: *маркетинг, маркетинг персоналу, економіка, цифрова економіка, маркетинг підприємства, персонал, соціальні мережі, управління персоналом, управління маркетингом.*

В статье рассмотрен маркетинг персонала в условиях цифровой экономики. Современная экономика переходит на новый уровень цифровых преобразований. Рынки труда увеличивают свой спрос на технологии, стимулируют рост их в будущем и создают новые пути для сокращения расходов на инновации. Организации, делая шаг на пути к цифровым технологиям, увеличивают эффективность как производства, так и управления человеческими ресурсами. Цифровая экономика меняет устаревшие модели бизнеса и дает толчок к появлению новых продуктов и изобретений в различных сферах деятельности общества. Изменения в становлении и развитии цифровой экономики привели к трансформации комплекса мероприятий по управлению персоналом организации. Новый вид экономики заставил предприятия адаптироваться к изменениям в использовании человеческих ресурсов. Благодаря своей специфике новые технологии значительно расширили информационное поле человека и значительно облегчили процесс управления персоналом.

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинг персонала, экономика, цифровая экономика, маркетинг предприятия, персонал, социальные сети, управление персоналом, управление маркетингом.*

The article deals with the marketing of personnel in the digital economy. The modern economy is moving to a new level of digital transformation. Labor markets are increasing their demand for technology, stimulating growth in the future and creating new ways to reduce the cost of innovation. Organizations are stepping up their journey towards digital technology to increase the efficiency of both production and human resource management. The digital economy is changing outdated business models and giving rise to new products and inventions in various areas of society. Changes in the emergence and development of the digital economy have led to the transformation of the organization's HRM. The new kind of economy has forced enterprises to adapt to changes in the use of human resources. Due to their specificity, new technologies have significantly expanded the information field of people and greatly facilitated the process of personnel management. Organizations are stepping up their journey towards digital technology to increase the efficiency of both production and human resource management. The digital economy is changing outdated business models and giving rise to new products and inventions in various areas of society. Due to their specificity, new technologies have significantly expanded the information field of people and greatly facilitated the process of personnel management. Effective enterprise management is possible only in case of rational use of human resources. Personnel management is one of the main components of an organization that meets the needs of production, the interests of employees and society as a whole. Productive staffing in the face of fierce competition can be crucial to business success. Personnel marketing in the context of globalization and digitization has become one of the areas undergoing modernization. Digital technologies have revolutionized people and business. Social interconnections and communications in the new economy affect how employees interact with organizations. In today's organizations, the use of personnel marketing is to find a balance between the needs of employees and the company. In this way, organizations will be able to meet their needs in experienced staff, which will be able to achieve the set goals, which, in turn, will strengthen the organization's position in the labor market. The rapid development of information technology, which has become the main reason for the creation of the digital economy, has had a strong impact on marketing activities in HR management. They have changed traditional approaches, replacing them with new ones.

Key words: *marketing, personnel marketing, economics, digital economy, enterprise marketing, personnel, social networks, personnel management, marketing management.*

Постановка проблеми. Ефективне управління підприємством можливе лише за умов раціонального використання людських ресурсів. Управління персоналом є одним з основних складників організації, котрий задовольняє потреби виробництва, інтереси співробітників та суспільства у цілому. Продуктивна робота персоналу за умов жорсткої конкуренції може мати вирішальне значення для успіху в бізнесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даній темі приділяли увагу закордонні та вітчизняні науковці, такі як А.Р. Алавердов, Л.І. Іванкіна, Девід М. Армстронг тощо. Вони у своїх наукових дослідженнях здебільшого висвітлюють теоретичне підґрунтя щодо маркетингу персоналу та теорії щодо сучасної цифрової економіки. Але узагальнених, підкріплених аналітичними дослідженнями теорій щодо управління маркетингом персоналу в умовах цифрової економіки доволі мало, що актуалізує необхідність проведення наукових досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження маркетингу персоналу в умовах сучасної

цифрової економіки, узагальнення та знаходження нових шляхів для поліпшення персонал-маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У класичному розумінні «цифрова економіка» – це діяльність, у котрій ключовим чинником виробництва є цифрові дані та їх використання, що дає змогу суттєво збільшити ефективність у різних видах економічної діяльності [12].

Майже перед кожною організацією рано чи пізно постає питання створення хороших умов для оптимального використання людських ресурсів для балансу потреб та інтересів підприємства і кожного співробітника окремо. Одним зі шляхів досягнення такого балансу є ведення маркетингу управління персоналом. Він стає найбільш вагомим чинником для компанії задля виживання в умовах ринкових відносин. Також маркетинг персоналу дає змогу відслідковувати тенденції у розвитку робочої сили на ринку праці та своєчасно виявляти вимоги до неї.

На думку дослідників, маркетинг персоналу – це вид управлінської діяльності, спрямованої на визначення і покриття потреби в персоналі. Метою маркетингу персоналу є володіння ситуацією на ринку праці, забезпечуючи задоволення потреби в персоналі [2].

Маркетинг за допомогою технологій довгостроково забезпечує організацію кадровими ресурсами, які створюють стратегічний потенціал для вирішення проблем. Тобто він створює привабливий імідж підприємства для забезпечення організації компетентними працівниками.

Маркетинг персоналу в умовах глобалізації та цифровізації став одним із напрямів, що піддався модернізації. Цифрові технології утворили радикальні зміни в житті людей та бізнесі. Соціальні взаємозв'язки і комунікації в новій економіці впливають на те, як співробітники взаємодіють з організаціями.

Деякі компанії вже дійшли висновку, що створення пропозиції цінності для працівників та її підтримка привабливим брендом роботодавця – це великі зусилля. Організації сприймають співробітників як покупців. Вони дають їм певний упізнаваний бренд, який, своєю чергою, актуалізує особисті потреби та навчання, важливу роботу та привабливу корпоративну культуру.

Сучасний маркетинг персоналу є дієвим методом роботи. За його допомогою можна отримати інформацію про можливості людини, такі як здібності, особисті та професійні якості, навички, вміння тощо. Маючи таку базу, організації можуть сформувати певні технології використання персоналу.

Робочі місця на ринку праці є товаром. Організації створюють оптимальні умови праці для співробітників, тим самим залучивши досвідчених працівників. Таким чином, маркетинг персоналу стає видом управлінської діяльності, котрий залучає, утримує, мотивує фахівців, які, своєю чергою, вміють якісно працювати. Задовольняючи потреби працівників, які взаємодіють між собою та споживачами, підприємство розширює можливості ефективного перетворення співробітників на свого роду постійних клієнтів, тим самим забезпечуючи собі стабільний розвиток на ринку.

У створенні ефективного управління маркетингом персоналу одним із напрямів роботи підприємства є створення сильного HR-бренду, котрий буде позиціонуватися на ринку праці. У класичному розумінні HR-бренд – це створення стійкого, позитивного і привабливого образу компанії у свідомості найманих працівників порівняно з конкурентами [4].

Вичерпне розуміння HR-брендингу навів Р.Е. Мансуров, зазначивши, що це процес формування чіткого уявлення про очікування найманих працівників, на основі чого здійснюється впровадження нових кадрових технологій, розроблення систем мотивації за ключовими показниками ефективності компанії [9, с. 5].

HR-бренд позиціонує організацію на ринку, він спирається на корпоративну культуру і філософію бізнесу та активно просувається компанією.

Одним з універсальних методів побудови HR-бренду є соціальні мережі. Вони мають можливість охоплювати значний обсяг цільової аудиторії на різних пристроях. Даний метод є економічним та зручним, також він дає можливість розширити кордони вікових меж та є необмеженим за кількістю публікацій.

Досі популярними для просування HR-бренду залишаються так звані «живі» канали спілкування для залучення перспективних фахівців – ярмарки вакансій та дні відкритих дверей.

Популяризація бренду роботодавця серед студентів є важливим активом, тому що за молодими фахівцями стоїть майбутнє будь-якої організації. Даний вид маркетингу існує вже доволі давно, але в сучасних умовах доповнився квестами, діловими іграми, бізнес-кейсами, тестуваннями, презентаціями тощо.

Персонал-маркетинг передусім сприяє побудові стійкого іміджу організації. Він через позитивний зовнішній PR залучає на вакантні посади найкращих кандидатів, які зацікавлені в отриманні роботи через позитивне ставлення до компанії. Також управління маркетингом передбачає утримання персоналу через внутрішній PR. Він спрямований на зміцнення корпоративної культури в організації, підвищуючи, таким чином, лояльність працівників до організації.

У час цифрової економіки маркетинг персоналу піддався модернізації, що зумовило появу нового напряму роботи з підбором персоналу – Інтернет-маркетингу. Він сприяє скороченню витрат на пошук, відбір та адаптацію працівників. Мережа Інтернет із кожним роком набуває все більшої попу-

лярності, це дає змогу організаціям перетворити традиційні технології маркетингу на більш сучасні інформаційно-комунікативні. Інтернет надає можливість менеджерам із підбору персоналу розповсюджувати, отримувати та аналізувати інформацію стосовно потенційних працівників.

Створення кар'єрних сайтів та сторінок у соціальних мережах, функціонування великої кількості сайтів із пошуку роботи дали змогу розширити можливості традиційного персонал-маркетингу.

Розглянемо ці засоби більш детально.

Кар'єрний сайт є дуже вдалим інструментом для роботи, але лише в руках професійного роботодавця, котрий йде нога в ногу із сучасними технологіями. Вдале наповнення сайту здатне повністю замінити розміщення вакансій на сайтах пошуку роботи. Такий сайт дає змогу створити привабливий імідж роботодавця для потенційних шукачів роботи та співробітників компанії шляхом позиціювання корпоративної культури й її основних особливостей. Таким чином можна залучити пасивних кандидатів та якісно управляти вакансіями.

На жаль, незважаючи на те що створення кар'єрного сайту є вагомою перевагою на ринку праці, в Україні така практика поки не поширена. Це пов'язано як із коштами, необхідними для створення, так і зі ступенем функціонування корпоративної культури компанії. Також можна зазначити, що навіть за наявності власного сайту роботодавці часто забувають про його оновлення.

Наступним сучасним засобом персонал-маркетингу є сайти для пошуку роботи через залучення значної цільової аудиторії. Проте вони починають здавати свої позиції на користь соціальних мереж, але все ж таки поки використовуються компаніями. Нестандартний підхід до написання вакансій дає змогу організаціям виділитися серед загального масиву, створивши, таким чином, унікальну пропозицію на ринку праці з використанням віртуальних та цифрових технологій. На українських просторах Інтернету функціонує багато сайтів для пошуку роботи, наприклад Work.ua, Jooble, Robota.ua тощо.

Найперспективнішим шляхом у персонал-маркетингу стали соціальні мережі. Вони поступово із засобу спілкування з друзями перейшли на рекламний майданчик. Використання таких соціальних мереж, як Facebook або Instagram, є дуже ефективним та вже перевищує ефективність засобів масової інформації, сайтів для пошуку роботи та кар'єрних сайтів.

Нещодавно з'явилася ще одна мережа – Linkedin. Вона вже нараховує сотні мільйонів учасників і постійно розширюється. Дана мережа дає можливість як переглядати сторінки кандидатів, так і створювати власні оголошення, котрі побачать зацікавлені в даній сфері спеціалісти. До того ж формат сторінок у Linkedin максимально наближений до формату резюме, що в декілька разів спрощує процес попередньої оцінки людей.

Отже, можна виділити такі переваги маркетингу персоналу у соціальних мережах:

– Пасивні кандидати. Соціальні мережі дають змогу зробити так звану рекламу організації, що, своєю чергою, дає можливість залучити працівників, які раніше не були зацікавлені в роботі, але їхню увагу привернув бренд організації.

– Скорочення витрат. Майже всі інструменти в соціальних мережах, які потрібні для позиціювання організації, безкоштовні. Можливі витрати – це навчання роботи із соціальними мережами або просування сторінки для більшої ефективності.

– Новітній метод надання інформації. Цифрові технології стали найпростішим способом для поширення інформації великій чисельності людей. Також даний метод спростив розміщення вакансій та пропозицій.

– Потрібні кандидати. Якщо компанії потрібний певний конкретний працівник, який має набір певних навичок, уподобань та життєвих позицій доречних компанії, то для цього доцільно для ознайомлення переглянути профіль у соціальній мережі.

Можна зробити висновок, що в сучасних умовах цифрової економіки кар'єрні сайти, сайти пошуку роботи, ярмарки вакансій тощо поступово відходять на другий план, а от соціальні мережі з кожним роком набувають усе більшої популярності. Великі корпорації та маленькі компанії нарешті отримали можливість стати більш доступними для людей. Створюючи корпоративні сторінки, організації створюють привабливий бренд роботодавця, що позиціонує їх на ринку.

Нещодавно на ринок праці активно став прориватися ще один сучасний інструмент роботи з персоналом – гейміфікація. Цей термін з'явився не так давно, але встиг завоювати своє місце. Його вже активно почали використовувати великі компанії, такі як Google, Nike, Socar тощо, і він упевнено стає популярним і для невеликих підприємств.

Гейміфікація – це використання ігрових елементів та ігрових механік у негральному контексті [6].

Упровадження соціальних мереж, шалена популярність мобільних додатків, постійний розвиток смартфонів дали можливість підготуватися до гейміфікації. Дослідження у даній сфері говорять про те, що більшість кандидатів активніше погоджується працювати в компанії, котра використовує гейміфікацію, аргументуючи, що це стимулює та допомагає розвиватися.

Включивши гейміфікацію у процес найму персоналу, організації не тільки зробили крок до модернізації всієї системи підбору персоналу, а й створили зрозумілий та простий процес для кандидатів.

Менеджери з підбору персоналу можуть залучати кваліфікованих кандидатів. Окрім того, геймі-

фікація дає можливість кандидату зробити власні висновки про компанію на перших етапах роботи.

Наприклад, проходячи співбесіди, після кожного етапу кандидат може отримувати винагороду у формі балів, відгуків або ж аналізу. Це в подальшому дасть йому можливість звернути увагу на те, що потрібно поліпшити, а що вже й так на досить високому рівні.

Висновки з проведеного дослідження. У сучасних організаціях використання персонал-маркетингу полягає у тому, щоб знайти рівновагу між потребами працівників та компанії. Таким чином, організації матимуть можливість задовольняти свої потреби у досвідченому персоналі, котрий зможе досягти поставлених цілей, що, своєю чергою, зміцнить позицію організації на ринку праці.

Швидкий розвиток інформаційних технологій, які стали основною причиною для створення цифрової економіки, має сильний вплив на маркетингову діяльність в управлінні персоналом. Вони змінили традиційні підходи, замінивши їх на нові види діяльності.

Таким чином, використання новітніх технологій, гейміфікації та соціальних мереж у маркетинговій діяльності підприємств є перспективним напрямом роботи. Він висуває нові вимоги як до роботодавця, так і до потенційного працівника, котрі повинні розвиватися та розширювати коло своїх знань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 831 с.

2. Алавердов А.Р. Управление персоналом. Москва : Маркет ДС, 2009. 304 с.

3. Барбер М. Обучающая игра: аргументы в пользу революции в образовании. Москва : Просвещение, 2007. 349 с.

4. Барометр ринку праці України 2013 рік. URL: http://hh.ua/article/14608 (дата звернення: 25.11.2019).

5. Иванкина Л.И., Нгруль С.В. Управление персоналом : учебное пособие. Томск : Томский политехн. ун-т, 2009. 189 с.

6. Вербах К., Хантер Д. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2015. 209 с.

7. Купцова Е. Создание адекватного HR-бренда требует немалых затрат. *Управление персоналом*. 2010. № 6. С. 52–57.

8. Нагибина Н.И., Щукина А.А. HR-Digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами. *Науковедение*. 2017. Т. 9. № 1. URL: http://naukovedenie.ru/PDF/24EVN117.pdf (дата звернення: 01.12.2019).

9. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала : монография. Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2011. 142 с.

10. Лобанов Д. Внутренний маркетинг персонала. *Банковский менеджмент*. 2008. № 4. С. 31–33.

11. Управление персоналом организации / под ред. А.Я. Кибанова. Москва : ИНФРА-М, 1997. 512 с.

12. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально. URL: http: // biz.nv.ua/ukr/ (дата звернення: 02.12.2019).

REFERENCES:

1. Armstrongh M. (2005) *Praktyka upravlenyja chelovecheskymy resursamy* [Human Resource Management Practice]. St. Petersburg: Pyter. (in Russian)

2. Alaverdov A.R. (2009) *Upravlenye personal*om [Personnel Management]. Moscow: Market DS. (in Russian)

3. Barber M. (2007) *Obuchajushhaja yghra: arghumenty v poljzu revoljucyy v obrazovanyy* [Educational game: arguments in favor of the revolution in education]. Moscow: Enlightenment. (in Russian)

4. Barometr rynku praci Ukrajiny 2013 rik [The barometer of the market in Ukraine 2013]. Available at: http://hh.ua/article/14608 (accessed 25 November 2019)

5. Yvankyna L.Y., Nghrulj S.V. (2009) *Upravlenye personalom* [Personnel Management]. Tomsk: Publishing house of Tomsk Polytechnic university. (in Russian)

6. Verbakh K., Khanter D., (2015) *Vovlekaj y vlastvuj. Yghrovoe myshlenye na sluzhbe byznesa* [Engage and conquer. Game thinking at the service of business]. Moscow: LLC Mann, Ivanov, Ferber. (in Russian)

7. Kupcova E. (2010) Sozdanye adekvatnogho HR-brenda trebuet nemalykh zatrat [Creating an adequate HR brand requires considerable costs]. *Upravlenye personalom* [Personnel Management], no. 6, pp. 52–57.

8. Nahybyna N.Y., Shchukyna A.A. (2017) HR-Digital: tsyfrovye tekhnolohyy v upravlenyy chelovecheskymy resursamy [HR-Digital: Digital Technologies in Human Resource Management]. *Naukovedenye* [Science] *(electronic journal),* vol. 9, no. 1 pp. 38. Available at: https://naukovedenie.ru/PDF/24EVN117.pdf (accessed 01 December 2019)

9. Mansurov R.E. (2011) *HR-brendyngh. Kak povysytj эffektyvnostj personala : BKHV-Peterburh* [HR branding. How to increase staff efficiency]. St. Petersburg: BHV-Petersburg. (in Russian)

10. Lobanov D. (2008) Vnutrennyj marketyngh personala [Internal marketing staff]. *Bankovskyy menedzhment* [Bank Management], no. 4, pp. 31–33.

11. Kybanova A. Ya. (ed.) (1997) *Upravlenye personalom orhanyzatsyy* [Organization personnel management]. Moscow: Infra-M.

12. Fishhuk V. *Cyfrova ekonomika – ce realjno* [Digital economy – really]. Available at: http: // biz.nv.ua/ukr/ (accessed 02 December 2019).

Sukhodolska Anna
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Digital Economics
and International Economic Relations
Zhytomyr Polytechnic State University
Tkachuk Svitlana
Student
Zhytomyr Polytechnic State University

MANAGEMENT OF PERSONNEL MARKETING AGAINST THE BACKDROP OF THE DIGITAL ECONOMY

Effective management of the company becomes possible only under conditions of effective usage of human resources. Personnel management is one of the main elements of the company`s management, that serves the manufacturing, staff and society needs. The productive work of the personnel in relentless competition is critical for business success.

Technology-based marketing provides the organization for the long term with the human resources that create the strategic capacity for solving problems. That is, it creates an attractive image of the company to provide it with well-versed employees. Changes in the emergence and development of the digital economy have led to the transformation of the organization's HRM. The new kind of economy has forced enterprises to adapt to changes in the use of human resources.

Personnel marketing in the context of globalization and digitization has become one of the spheres that has been modernized. Digital technologies have changed people and business dramatically. Social contacts and communications in the epoch of the new economics effect on interactions of employees with the companies.

Some companies have found that making a value proposition for employees with an attractive company`s brand takes many efforts. The companies take employees for the customers. The companies provide employees with some certain identifiable brand, that helps to realize their need for studying, important work and an attractive corporate culture.

The modern personnel marketing is an effective mean. It provides with the information about various person's capabilities such as: abilities, personal and professional qualities, skills and so on. Therefore, such basis helps the companies to form some certain technologies for usage of personnel.

Positions in the labor market are goods. The companies create good work conditions for employees to sell the positions profitably, attracting experienced employees. Thus, personnel marketing becomes a form of management activity that attracts, retains, motivates professionals who can work effectively. By meeting the needs of employees who interact with themselves and consumers, the company expands the ability to transform employees into regular customers, thereby ensuring a permanent development in the market.

In the modern companies the usage of personnel marketing means finding a balance between the needs of employees and the company. So the companies will be able to meet their demands in experienced staff, who can achieve its goals that will strengthen the company's level in the labor market.

The rapid development of information technologies that deals as the main reason for the creation of the digital economics has had a strong impact on marketing activities in HR management. It has changed traditional approaches, replaced them with the types of activities.

Thus, the usage of the latest technologies, gamification and social networks in the marketing activities of enterprises is a promising working sphere. It places new demands for the employer and the potential employee who should develop and expand their knowledge.

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КНИГ
BOOK MARKET MARKETING RESEARCH

УДК 339.9:338.43
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-38

Танасійчук А.М.
д.е.н., професор кафедри
маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету
Сіренко С.О.
к.т.н., доцент кафедри
товарознавства, експертизи
та торговельного підприємництва
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету
Касько І.А.
студент
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету

Розглянуто етапи проведення маркетингових досліджень, проаналізовано типові визначення маркетингових досліджень, функції та завдання маркетингових досліджень товарних ринків. Запропоновано етапи маркетингового дослідження ринку книг з урахуванням вимог часу. Визначено проблеми формування теорії маркетингових досліджень товарних ринків в Україні, вирішення яких залежить від розроблення інформаційного забезпечення за межами діяльності підприємств. Вивчено теоретичні основи маркетингових досліджень, їх класифікацію та види, а також обґрунтовано їх проведення на прикладі ринку книг. Проаналізовано останні дослідження вітчизняного ринку книг, методи, якими вони здійснювалися, структуру даного ринку, ефективність застосування результатів у практичній діяльності виробників та магазинів книг. Для цього було складено план, який послідовно виконувався для досягнення результату. Представлено методологію даного дослідження відповідно до розробленого автором плану. Обґрунтовано етапи дослідження ринку книг. Проаналізовано стан ринку, його асортимент, цінову політику магазинів книг, вивчено попит споживачів на книги, здійснено аналіз рекламної активності магазинів книг. Визначено кон'юнктуру та тенденції розвитку ринку, перспективи виходу нових магазинів на ринок.

Ключові слова: *маркетингове дослідження, кабінетне дослідження, польове дослідження, опитування, ринок книг, магазин книг, споживач.*

Целью статьи является определение актуальности проведения маркетинговых исследований для отечественных предприятий. Выполнен анализ последних исследований отечественного рынка книг, методов, которыми они осуществлялись, структуры данного рынка, эффективности применения результатов в практической деятельности производителей та магазинов книг. Заданием статьи является изучение теоретических основ маркетинговых исследований, их квалификации и видов, а также проведение исследований на примере рынка книг. Для этого был сформирован план, который последовательно выполнялся для достижения результата. Представлена методология данного исследования в соответствии с разработанным планом. Обоснованы этапы исследования рынка книг. Выполнен анализ состояния рынка, его ассортимента, ценовой политики магазинов книг, изучен спрос потребителей на книги, а также выполнен анализ рекламной деятельности магазинов книг. Определены конъюнктура рынка и тенденции развития рынка, перспективы выхода новых магазинов на рынок.

Ключевые слова: *маркетинговое исследование, кабинетное исследование, полевое исследование, опрашивание, рынок книг, магазин книг, потребитель.*

The purpose of the article is to determine the relevance of marketing research for domestic enterprises. Organization of effective work of the enterprise without conducting market research is vitrually impossible in the conditions of competition. Research on consumer behavior, demand and purchasing power, competitors, suppliers, changes in market structure and determining the vector of its development allow the company to create an effective marketing plan, as well as to identify risk factors and barriers to entry into new markets, to take them into account when making marketing decisions risks or minimizing their impact on the business activity of domestic enterprises. Recent studies of the domestic book market, the methods by which they have been analyzed, the structure of this market, the effectiveness of applying the results in the practical activity of manufacturers and bookstores are analyzed. The objective of the article is to study the theoretical foundations of marketing research, their classification and types, as well as to conduct research on the example of the book market. To this end, a plan was drawn up that was consistently implemented to achieve the result. The methodology of this study in accordance with the plan developed by the author is presented. The stages of the book market research are justified. The plan consists of the following stages: market research, book assortment research, bookstore pricing policy analysis, consumer demand study and advertising campaigns analysis. In the first stage, market leaders and their shares were identified. In the second stage, the market assortment was researched, the most popular genres of books were determined. In the third stage, the price policy of the shops was investigated and determined. The fourth stage was difficult, such elements were investigated: the frequency of book purchases; the cost of books; reasons for buying books; publishing houses which the consumer prefers; the most popular genres; the most popular stores and the format in which consumers buy the book. At the last stage, the advertising activity of the stores was analyzed, the methods of promotion of each store were determined. The market conditions and trends, the prospects for new stores to enter the market are determined.

Key words: *marketing research, cabinet research, field research, poll, book market, bookstore, consumer.*

Постановка проблеми. Організація ефективної роботи підприємства без проведення маркетингового дослідження практично неможлива в умовах конкуренції. Дослідження поведінки споживачів, попиту та купівельної спроможності, конкурентів, постачальників, зміни структури ринку та визначення вектору його розвитку дають змогу підприємству створити ефективний маркетинговий план, а також визначити чинники ризику та бар'єри виходу на нові ринки продажу, врахувати їх під час прийняття маркетингових рішень, уникнувши ризиків або мінімізувавши їхній вплив на бізнес-діяльність вітчизняних підприємств. Але велика кількість українських підприємств заради економії коштів не здійснює маркетингове дослідження, тому це часто призводить до прийняття помилкових рішень (випуск товару, на який відсутній попит, підписання угоди з постачальниками, що мають сумнівну репутацію, недооцінка конкурентів тощо) і підприємство зазнає ще більших збитків, аніж міг становити бюджет маркетингового дослідження. Предметом дослідження є ринок книг, визначення кон'юнктури та тенденцій його розвитку, перспектив виходу нових магазинів на ринок книг. Для проведення маркетингового дослідження було складено план маркетингових досліджень, який включав п'ять напрямів. Під час дослідження використовувалося як польове, так і

кабінетне дослідження, а також кількісні та якісні методи маркетингового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням маркетингових досліджень цікавляться багато закордонних і вітчизняних дослідників, ураховуючи те, що маркетингові дослідження з кожним роком починають використовувати все більше українських підприємств. Серед закордонних дослідників можна виділити роботи Ф. Котлера, Г. Армстронга, Д. Сондерса та В. Вонга, які описали сутність маркетингових досліджень, а також визначили етапи їх проведення [3]. Серед вітчизняних дослідників заслуговує уваги робота В.В. Арестенко, який описав перспективи розвитку і вектор розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні в умовах кризи [1]. Також заслуговує на увагу робота І. Бихнюк, яка визначила роль маркетингових досліджень у системі маркетингової інформації [2]. Розробленню методичного інструментарію маркетингових досліджень та вивченню перспективних напрямів розвитку різних предметних галузей, зокрема міжнародних маркетингових досліджень, присвячено публікації О. Ковінько, Є. Крикавського, І. Лилик, А. Мазаракі, Т. Мельник, В. Ортинської, А. Павленка, А. Федорченка, Т. Циганкової та ін. [4–11]. Із кожним роком на цю проблему звертають увагу все більше науковців, що сприяє збільшенню кількості підприємств, які використовують маркетингові дослідження для організації роботи підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення важливості проведення маркетингових досліджень для вітчизняних підприємств, вивчення методів і етапів їх проведення на прикладі аналізу ринку книг.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі здійснення бізнес-діяльності кожне підприємство повинно відповісти на запитання: «Що виробляти?», «Для кого виробляти?», «В якій кількості виробляти?», «Яку цінову політику проводити?» та багато інших [8]. Зазвичай багато українських підприємств вирішують ці питання практично без будь-яких обґрунтувань та аналітичних висновків, тобто за допомогою методу спроб і помилок, що здебільшого призводить до значних утрат доходів. Лише деякі підприємства, що мають монопольний стан на ринку, можуть практично обходитися без маркетингових досліджень, але водночас для них існує загроза появи нових підприємств, які зможуть відібрати частку ринку, або може втрутитися Антимонопольний комітет і вплинути на політику підприємства. Тому, щоб здійснювати ефективну маркетингову діяльність на вітчизняному чи зарубіжних ринках, необхідно систематично та планомірно здійснювати маркетингові дослідження [10]. Саме за допомогою них підприємство зможе визначити, який товар потребують споживачі, їхню купівельну спроможність, обсяг ринку, яку ціну готові споживачі заплатити за товар і якої якості, як формується споживча поведінка та культура споживання товару тощо. Чим частіше й якісніше проводяться дослідження, тим більше інформації у керівництва для прийняття правильного рішення, хоча систематичність під час вивчення обмежень ведення бізнесу є справою трудомісткою та витратною у процесі пошуку та вивчення комерційної інформації.

Маркетингові дослідження поділяються на кабінетні, польові, пілотні та панельні. Кабінетні дослідження передбачають аналіз документів (фінансові звіти підприємств, статті, наукові журнали тощо), що дають узагальнені знання про стан ринку, його кон'юнктуру, тенденції та розвиток. Відносно інших методів проведення дослідження кабінетне є дешевим. Польові дослідження передбачають отримання первинної інформації, особисті контакти та методи економічного аналізу. Дане дослідження може проводитися за допомогою опитування споживачів, проведення фокус-груп, методу мозкового штурму тощо. Завдяки первинній інформації можна точно визначити стан попиту споживачів, їхню купівельну спроможність, оцінити рівень сформованої споживчої культури, проте польове дослідження є складним і дорогим. Пілотні дослідження, або пробний маркетинг, використовуються для прогнозування обсягів продажу нової продукції, пошуків шляхів виходу на нові ринки або використання пошуків інших методів продажу. Панельні дослідження передбачають регулярне дослідження однієї і тієї ж самої групи споживачів. Маркетингове дослідження також можна проводити за допомогою змішаних методів, що принесе максимально достовірний результат, але цей метод є найбільш затратний як і за часом, так і за вартістю [11].

Найбільш ефективним і доступним методом дослідження споживачів та конкурентів є опитування. За допомогою опитування можна дізнатися реакцію покупців на новий товар, який підприємство планує почати масово випускати, а також реакцію споживачів на зміну ціни, дізнатися причину погіршення іміджу компанії тощо. Завдяки проведенню опитування можна дізнатися, яку продукцію варто виробляти, а яку ні; чи варто зменшувати або збільшувати ціну; чи потрібно збільшити витрати на маркетинг; чи варто поліпшити якість товару; чи потрібно поліпшити якість обслуговування клієнтів; визначити мотивацію купівлі, а також платоспроможності споживачів; чи варто підприємству виходити на новий ринок і т. д. [9]. Опитування поділяється на такі види: анкетування, особисте інтерв'ю, глибинне інтерв'ю, телефоне інтерв'ю, Інтернет-опитування та групове інтерв'ю. Анкетування є досить дешевим, запобігає фальсифікації даних особами, які проводять дослідження. До переваг також можна відне-

Таблиця 1

План маркетингових досліджень вітчизняного ринку книг, термін проведення – 20.09.19–20.11.19

Напрям дослідження	Методи дослідження	Частота проведення, дата, час, місце проведення, кого опитуємо – респонденти	Бюджет, грн
Дослідження стану ринку книг	Кабінетні дослідження: аналіз документів	один тиждень, Інтернет-магазини, офіційна статистика	40
Дослідження асортименту книг	Польові дослідження: спостереження в магазинах Кабінетні дослідження: аналіз пропозицій Інтернет-магазинів	два тижні, місцеві магазини книг та Інтернет-магазини	35
Аналіз цінової політики магазинів книг	Кабінетні дослідження: аналіз документів та пропозицій Інтернет-магазинів Польові дослідження: аналіз цін на книги в книжкових магазинах або відділах книг	Один раз на два тижні, в книжкових магазинах та на сайтах Інтернет-магазинів книг	–
Вивчення попиту споживачів	Польові дослідження: анкетування, особисте інтерв'ю Кабінетні дослідження: аналіз анкет	Два рази на тиждень, споживачі книг	130
Аналіз рекламних кампаній магазинів книг	Кабінетні дослідження: спостереження, збір інформації в мережі Інтернет	Два рази на тиждень, магазини книг та Інтернет-магазини, соціальні мережі	40

сти анонімність, яка сприяє чесним відповідям на питання, а також на респондента діє мінімальний тиск. До недоліків можна віднести тривалий термін проведення дослідження, а також отримання некоректних відповідей на запитання [8].

Для проведення маркетингового дослідження ринку книг було складено план маркетингових досліджень (табл. 1), що включав п'ять напрямів.

Під час дослідження стану ринку книг було використано кабінетний метод дослідження (аналіз документів), а також проведено дослідження звичайних магазинів книг та Інтернет-магазинів. Бюджет маркетингового дослідження становив 245 грн.

За даними журналу «Фавор», до десятки магазинів, що продають книги, з найбільшою часткою ринку станом на IV квартал 2019 р. входять «Книгарня «Є», «Буква», Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», «Знання», «КнигоЛенд», «Читайка», «Сяйво», «Чулан», Biblion та Albion Books [12] (рис. 1).

Найбільшу частку займає «Буква» – 22%. За нею йде з невеликою різницею «Книгарня «Є» – 21%. На третьому місці з часткою ринку 15% знаходиться

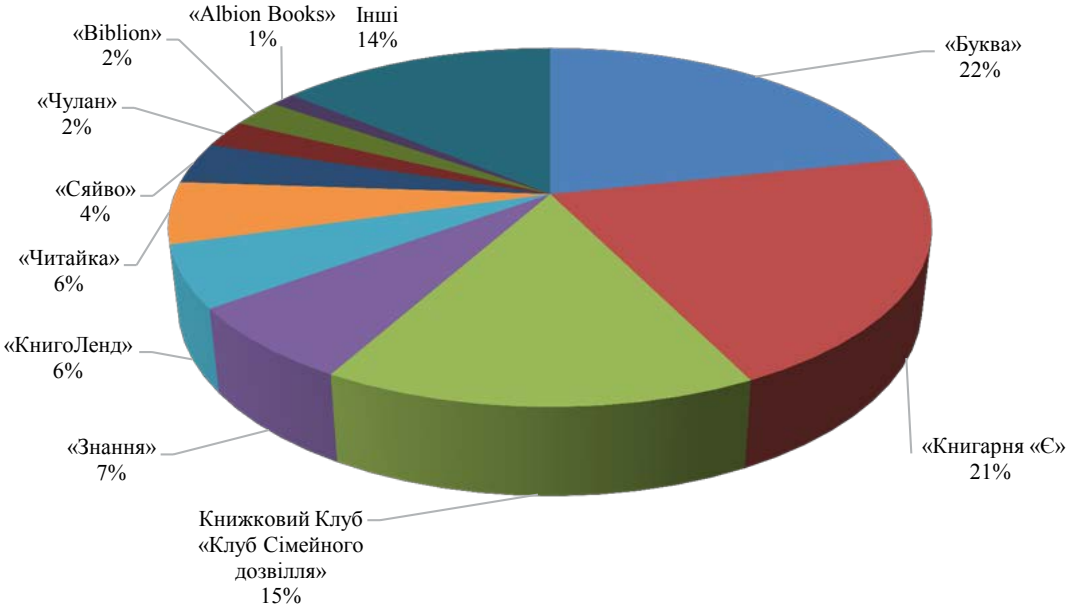


Рис. 1. Структура вітчизняного ринку книг, придбаних у магазинах, 2019 р., %

Джерело: сформовано на основі [12]

Книжковий клуб «Клуб Сімейного дозвілля». Після нього – магазин «Знання», який займає 7% ринку. Далі однакову частку ринку мають «КнигоЛенд» та «Читайка» – по 6%. На сьомому місці магазин «Сяйво» – 4%. Магазини «Чулан» і Biblion мають по 2% ринку. І найменшу частку ринку в цій десятці має Albion Books – 1%. Усі інші книжкові магазини займали в сумі 14% вітчизняного ринку книг. Порівняно з минулими кварталами 2019 р. частка ринку зменшилася в магазинів «Буква», «Книжковий клуб «Клуб Сімейного дозвілля» та Biblion. А збільшення обсягів продажу отримали магазини «Книгарня «Є», «Сяйво» і «Чулан». Інші магазини зберегли свою частку ринку на тому ж рівні, яку мали на початок 2019 р. [12].

На ринку Інтернет-книгарень можна виділити 16 лідируючих магазинів: Yakaboo, «Клуб сімейного дозвілля», «Книгарня «Є», «Буква», Kniga.biz.ua, «Книголенд», Books, Grenka, Booky, BizLit, Booklya, Kniging, «Арт Вертеп», «Архе», «Лавка Бабуін» та Wimmelbuch Club (рис. 2).

Найбільшу часку ринку має сайт Yakaboo – 26,3%. На другій позиції з часткою 22,93% знаходиться «Клуб сімейного дозвілля». «Книгарня «Є» володіє 12,81% ринку і займає третє місце серед Інтернет-магазинів. Замикають п'ятірку Інтернет-магазини «Буква» і «Книголенд» із частками ринку 10,79% і 8,76% відповідно. Найменшу частку ринку мають Wimmelbuch Club і «Лавка Бабуін» – 1,35%. У 2019 р. свою частку ринку збільшили Інтернет-магазини Yakaboo, «Книгарня «Є», Books, Grenka, Booky, «Арт Вертеп» і «Архе». Зберегти частку ринку протягом 2019 р. змогли лише Kniga.biz.ua і Wimmelbuch Club, а всі інші зменшили свою частку на ринку.

Для дослідження асортименту магазинів книг було використано польові і кабінетні методи дослідження. Варто відзначити, що ринок книг має різноманітний асортимент. Класифікацію книг можна здійснювати за різними ознаками, деякі з них було досліджено.

За жанрами книги поділяються на художню літературу; бізнес, гроші, економіка; саморозвиток, мотивація; дитяча література; виховання дітей, книжки для батьків; книжки іноземною мовою; навчальна література, педагогіка; суспільство, держава, філософія; історія; біографія; здоров'я, фітнес, здорове харчування; вивчення мов світу; мистецтво і культура; календарі; комікси і графічні романи; комп'ютерна література; краса, імідж, стиль; кулінарія; медична література; наука і техніка; право, юриспруденція; психологія і взаємини; туризм і мандри; релігії світу; спорт та активний відпочинок; хобі та відпочинок; езотерика й окультизм [9].

І це лише найпопулярніші жанри. Кожен жанр поділяється ще на безліч піджанрів. Так, художня література поділяється на: детективи, трилери, бойовики, п'єси, романтичну прозу, кіноромани, класичну прозу, міфи й казки, поезію, оповідання, фантастику, сатиру і гумор, еротику тощо. Також класифікацію книг можна розділити за національністю авторів, які написали ці книги (українська література, зарубіжна література тощо).

Для аналізу цінової політики магазинів книг було використано кабінетні і польові методи досліджень, а також окремо проаналізовано цінову політику фізичних магазинів книг та Інтернет-магазинів. Практично всі магазини книг дотримуються однакової цінової політики, застосовують однакові методи ціноутворення, у результаті чого в усіх магазинах є книги за ціною, доступною всім сегментам споживачів.

Зауважимо, що ціна книги може змінюватися через видавництво, яке надрукувало книжку, тому деякі магазини мають ексклюзивні права на про-

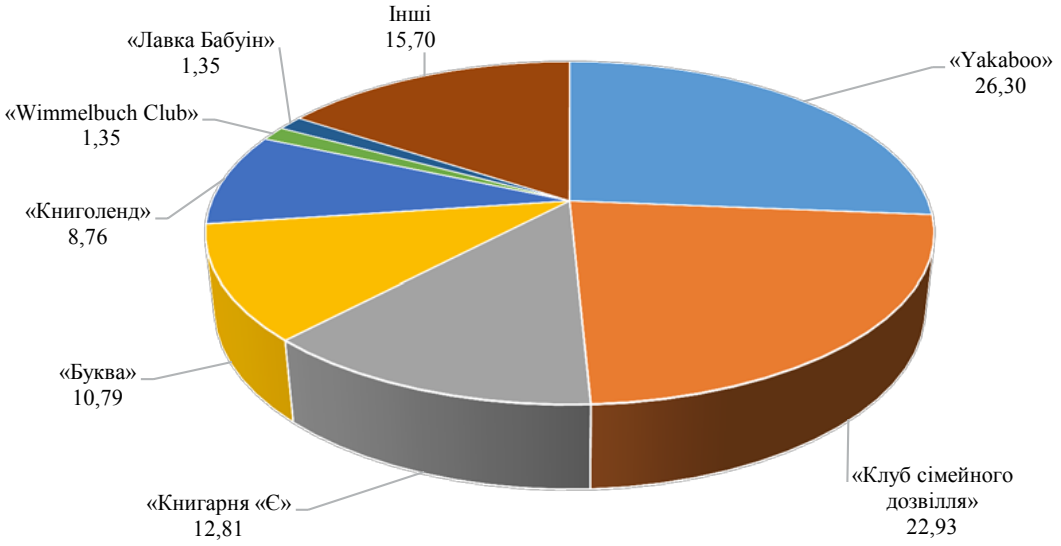


Рис. 2. Структура вітчизняного ринку книг, придбаних в Інтернет-книгарнях, 2019, %

Джерело: сформовано на основі [13]

даж книг того чи іншого видавництва або автора, що дає змогу магазину самостійно встановлювати ціну на книги, незважаючи на ринкові ціни. Ціни фізичних магазинів та Інтернет-магазинів різні. Так, практично на всіх сайтах книги є дешевшими, ніж у традиційних магазинах. Це зумовлено тим, що Інтернет-магазину не потрібно обслуговувати приміщення, платити за нього орендну плату, потрібно наймати меншу кількість працівників тощо, але під час покупки книг в Інтернеті потрібно платити за доставку. Але деякі Інтернет-магазини підписують партнерські договори з кур'єрськими службами, що дає змогу покупцю не сплачувати за доставку, що надає перевагу Інтернет-сайту над конкурентами.

Для вивчення попиту споживачів було використано польове і кабінетне дослідження. Так, у польовому дослідженні проведено анкетування та інтерв'ю віч-на-віч, здійснено аналіз результатів анкетування та інтерв'ювання. Даний етап був складним і тривалим. Для вивчення попиту на книги проведено анкетування серед жителів 500 респондентів різної статті, різного віку, які проживають у м. Вінниця, період опитування – з 01.10.2019 по 31.10.2019.

У результаті опитування, виходячи з аналізу даних проведеного анкетування, визначили, що найчастіше споживачі купують книгу один раз на пів року і їх частка становить 33%. 27% опитуваних купують книгу кожен місяць, 23% купують декілька книг на місяць. Найрідше купують книги 17% опитуваних – декілька разів на пів року.

Визначено, що найбільшу популярність мають книги, які призначені для саморозвитку і мотивації, – їх купує 21% опитуваних. Великим попитом користується і художня література, книги цього жанру купують 19% споживачів. Популярні й економічні книги, книги про бізнес – їх купують 16% опитуваних. Дещо меншу популярність мають книги про психологію – їх купує кожен десятий споживач. Середнім попитом користуються дитяча література і біографічні книги, які купують по 7% опитуваних. За ними йдуть книги з філософії та іноземних мов, які купують по 6% респондентів. Історичні книги купує лише 4% респондентів. Найменшу популярність мають книги таких жанрів: право, медична література та кулінарія – їх купує лише 1–2% респондентів.

Щодо визначення впливу відомості видавництва на прийняття рішення про купівлю книг: 40% респондентів, які купують книги, взагалі не звертають уваги на видавництво. Найбільшу популярність серед опитаних респондентів має видавництво «Наш формат», книги якого купують 23% опитуваних. Відносно популярним також є видавництво «Клуб сімейного дозвілля», яке вибрали 16% респондентів. Середню популярність має видавництво «Видавнича група КМ–Букс», яке вибрали 7%. По 5% прихильності від респондентів отримали видавництва «Підручники і посібники» і «Видавничий дім «Пегас». І найменш популярним видавництвом у цій шестірці стало видавництво «Кристал Бук», якому надали перевагу лише 4% респондентів.

За результатами дослідження було визначено, що найчастіше купують книги для саморозвитку. Із цією метою купують книги 40% споживачів. На 11% менше купують книги для навчання – 29% опитуваних. Для розваги купують книги 17% споживачів і 11% – для роботи. Найрідше книги купують на подарунок – лише 3% респондентів.

За результатами опитування стало відомо, що респонденти зазвичай витрачають мінімум своїх доходів на покупку книг. Так, 41% споживачів витрачають на книги не більше 500 грн на пів року. До 500 грн на місяць витрачають 35% опитуваних. До 1 000 грн на пів року витрачають 17% респондентів і лише 7% витрачають до 1 000 грн на місяць. Варто відзначити, що 7% витрачають на придбання книг 10–15% своїх доходів.

Щодо місця купівлі, було визначено, що більша половина респондентів – 60% – купують книги в Інтернет-магазинах. Під час опитування споживачі відзначали лише три фізичних магазини: «Книгарня «Є», «Буква» та «Книгарня «ТУТ». Так, серед них найбільшу частку прихильних респондентів має книгарня «Буква» – 19%. «Книгарню «Є» вибрали 13% респондентів. І найменша частка у магазина «Книгарня «ТУТ» – 8%. Беручи до уваги високий технологічний потенціал Інтернету, частка Інтернет-магазинів буде швидко зростати.

Під час проведення маркетингового дослідження було визначено, що переважна більшість споживачів купує книги в друкованому вигляді й їх частка становить 77%. Лише 13% споживачів купують книги тільки в електронному форматі, 10% купують і в друкованому, і в електронному форматах.

Для аналізу рекламних кампаній магазинів книг було використано польове (спостереження) і кабінетне дослідження. У результаті визначено, що всі книгарні рекламують свій товар, окрім «КнигоЛенду» і «Читайки», використовуючи різні носії реклами. Застосування інших інструментів маркетингових комунікацій виявлено усіма книгарнями. Наприклад, Інтернет-магазин Yakaboo значну увагу приділяє формуванню зв'язків із громадськістю, здійсненню персонального продажу, застосуванню прямого маркетингу, прослідковуючи надходження зворотного зв'язку. Персональний продаж застосовують у своїй маркетинговій практиці «Книгарня «Є», «Буква», «Знання» і Kniga.biz.ua. Стимулювання збуту використовують усі досліджувані магазини книг. Рекламування на місці продажу застосовується усіма фізичними магазинами. Рекламу за допомогою упаковки

застосовують видавництва, які часто формують комплекти та набори книг, обгортаючи їх у фірмову обкладинку, на яку нанесена вся обов'язкова інформація для упаковки. На жаль, не визначено жодної книгарні, яка приймала б участь у виставках-ярмарках, хоча міжнародні спеціалізовані виставки книг проводяться щороку.

Висновки з проведеного дослідження. Для ефективної маркетингової діяльності підприємства потрібно мати в наявності потрібну, достовірну й актуальну інформацію про ринок, споживачів, конкурентів, постачальників і дистриб'юторів для прийняття керівництвом правильних рішень. Для їх отримання потрібно проводити маркетингове дослідження. Його можна провести власними силами, що може зменшити витрати на організацію маркетингового дослідження, або замовити в маркетинговій дослідницькій агенції на правах аутсорсингу, або застосувати змішаний метод маркетингових досліджень. Проте існують певні ризики проведення маркетингових досліджень власними силами, особливо коли на підприємстві штат відділу маркетингу нечисельний, а для репрезентативності інформації важливо отримати великий масив даних за короткий період часу; також через брак досвіду проведення опитування є шанс отримати необ'єктивну інформацію. У даному дослідженні обґрунтовано види та методи маркетингових досліджень, а також етапи їх проведення на прикладі дослідження ринку книг.

Отже, провівши маркетингове дослідження ринку книг, визначено, що останніми роками попит на книги збільшується, що призводить до збільшення магазинів, які їх продають. Але Інтернет-магазини значно переважають фізичні і в майбутньому набуватимуть усе більшої популярності, тому для виживання традиційним магазинам потрібно на своїх сайтах відкривати платформу для онлайн-продажу книг. Також можна відзначити, що набирають популярності продажі через соціальні мережі. Сьогодні лідерами на ринку книг є «Книгарня «Є», «Буква», «Клуб сімейного дозвілля» і Yakaboo. Вони охоплюють значну частку ринку і конкурентам буде складно їх наздогнати. Провівши анкетування, було визначено, що найбільшою популярністю користуються книги таких жанрів: саморозвиток, художня література, бізнес та економіка. Ця популярність у майбутньому буде зростати, а от популярність художньої літератури зменшиться. Також нині споживачі витрачають не надто багато коштів на придбання книг, найчастіше люди витрачають лише 100–500 грн на шість місяців. Магазини не надто активно себе рекламують, активною рекламою на даний момент займається лише магазин Yakaboo, який активно просуває себе в Інтернеті. Як було з'ясовано, популярність даного ринку, за прогнозами, буде збільшуватися, що призведе до збільшення грошового обороту ринку, це виглядає досить перспективно для відкриття нових магазинів. Проте ринок книг сьогодні є перенасиченим, тому новим книгарням важливо буде спрямовувати маркетингові інвестиції на проведення маркетингових досліджень, розроблення маркетингового плану, формування програми івент-заходів із метою ведення ефективної маркетингової діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Арастенко В.В. Маркетингові дослідження: сутність, стан та перспективи розвитку. *Менеджмент, маркетинг, підприємництво*. 2015. URL: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjd5vqOqaPmAhWGa1AKHUG4B8gQFjABegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Firbis–nbuv.gov.ua%2Fcgi–bin%2Firbis_nbuv%2Fcgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2Fsre_2015_2_43.pdf&usg=AOvVaw1vdp1zcR96S14dwcxD0XW8 (дата звернення: 10.12.2019).

2. Бихнюк І. Маркетингові дослідження у системі маркетингової інформації. *Науковий блог*. 2017. URL: https://naub.oa.edu.ua/2017/маркетингові–дослідження–у–системі–м/ (дата звернення: 10.12.2019).

3. Основы маркетинга / Ф. Котлер и др. Москва : Вильямс, 2000. 944 с.

4. Ковінько О.М., Пасічник Т.Г. Особливості сучасних маркетингових технологій в управлінні підприємством. *Молодий вчений*. 2017. № 12(52). С. 647–650.

5. Лилик І. Огляд розвитку індустрії маркетингових досліджень в світі за матеріалами досліджень ESOMAR. *Маркетинг в Україні*. 2012. № 6. С. 56–63.

6. Світовий ринок товарів та послуг / А.А. Мазаракі та ін. Київ : КНТЕУ, 2015. 720 с.

7. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження. Київ : КНТЕУ, 2015. 436 с.

8. Гончарук Я.А., Павленко А.Ф., Скибінський С.В. Маркетинг. Київ : КНЕУ, 2002. 314 с.

9. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження. Київ : КНЕУ, 2007. 408 с.

10. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 137 с.

11. Погріщук Б.В., Ціхановська О.М., Танасійчук О.М. Маркетинг. Тернопіль : Крок, 2010. 330 с.

12. Частки ринку книг. URL: https://www.favor.com.ua/vote/citylife/book-store/ (дата звернення: 10.12.2019).

13. Частки Інтернет-книгарень. URL: https://www.favor.com.ua/vote/services/online-bookstore/ (дата звернення: 10.12.2019).

REFERENCES:

1. Arastenko V. V. (2015) Marketynhovi doslidzhennia: sutnist, stan ta perspektyvy rozvytku [Marketing research: essence, condition and possibility of development]. *Management, marketing, entrepreneurship*. URL: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc

=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjd5vqOqaPmAhWGa1AKHUG4B8gQFjABegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Firbis–nbuv.gov.ua%2Fcgi–bin%2Firbis_nbuv%2Fcgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2Fsre_2015_2_43.pdf&usg=AOvVaw1vdp1zcR96S14dwcxD0XW8 (accessed 10 December 2019).

2. Bihnyk I. (2017) Marketynhovi doslidzhennia u systemi marketynhovoi informatsii [Marketing research in marketing information system] *Science blog*. URL: https://naub.oa.edu.ua/2017/маркетингові–дослідження–у–системі–м(accessed 10 December 2019).

3. Kotler F., Armstrong G., Saunders D., Wong V. (2000) Osnovu marketynha [Marketing fundamentals]. Publishing house «Williams». (in Russian)

4. Kovinko O. M., Pasichnyk T. G. (2017) Osoblyvosti suchasnykh marketynhovykh tekhnolohii v upravlinni pidpryiemstvom [Features of modern marketing technologies in enterprise management]. *Young scientist,* no. 12(52), pp. 647–650.

5. Lilik I. (2012) Ohliad rozvytku industrii marketynhovykh doslidzhen v sviti za materialamy doslidzhen ESOMAR [ESOMAR Market Research Industry Overview]. *Marketing in Ukraine*, no. 6, pp. 56–63.

6. Mazaraki A. A., Melnyk T. M., Yukhimenko V. V., Kostyuchenko V. M., Kydirko L. P. (2015) Svitovyi rynok tovariv ta posluh [World market of goods and services]. Kyiv: *KNTEU*. (in Ukrainian)

7. Ortinska V. V., Melnikovich O. M. (2015) Marketynhovi doslidzhennia [Marketing researches]. Kyiv: *KNTEU*. (in Ukrainian)

8. Goncharyk Y. A., Pavlenko A. F., Skibinsky S. V. (2002) Marketynh [Marketing]. Kyiv: *KNEU*. (in Ukrainian)

9. Voychak A. V., Fedorchenko A. V. (2007) Marketynhovi doslidzhennia [Marketing researches]. Kyiv: *KNEU*. (in Ukrainian)

10. Tsigankova T. M. (2004) Mizhnarodnyi marketynh: teoretychni modeli ta biznes-tekhnolohii [International marketing: theoretical models and business technologies] Monograph. Kyiv: *KNEU*. (in Ukrainian)

11. Pogrischyk B. V., Tsikhanovska O. M., Tanasychuk O. M. (Kovinko O.M.). (2010) Marketynh [Marketing]. Ternopil: Krok.

12. Book market shares. URL: https://www.favor.com.ua/vote/citylife/book-store/ (accessed 10 December 2019).

13. Parts of online bookstores. URL: https://www.favor.com.ua/vote/services/online-bookstore/ (accessed 10 December 2019).

Tanasychuk Alona
Doctor of Economic Sciences, Professor at Department of Marketing and Advertising
Vinnytsa Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics
Sirenko Svitlana
Candidate of Technical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Commodity Science, Expertise
and Trade Entrepreneurship
Vinnytsa Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics
Kas'ko Illia
Student
Vinnytsa Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics

BOOK MARKET MARKETING RESEARCH

The relevance of the topic. Organization of effective work of the enterprise without marketing research is practically not possible at competition. The study of consumer behavior, demand and purchasing abilities, competitors, suppliers, changes in the structure of the market and the definition of the vector of its development enable the company to create an effective marketing plan, and to determine risk factors and barriers to entry to new markets, to take them into account when making marketing solutions to avoid risks or to minimize their impact on the business activities of domestic enterprises.

The purpose of this article is to determine the relevance of the marketing research to domestic enterprises.

The objective of the article is the study of the theoretical foundations of marketing researches, their classification and types, as well as conducting research on the market of books. This plan was drawn up, which has been followed consistently to achieve results.

Object. The subject of the study is the market of books (bookstores, Internet-shops, publishers).

Problem. Study the market, its prospects and development direction.

Result. To get a result was made up of five stages: research the market condition, study the range of books, price analysis store policies books, study consumer demand and analysis of advertising campaigns. In the first phase revealed that the greatest market shares among physical stores books: "Bookstore "Ye", "Bukva" and Book Club "Family Leisure Club". Among the online stores the most shares market has: "Yakaboo", "Family Leisure Club" and "Bookstore "Ye". In the second phase it was investigated that the genres of the book are divided into fiction; business, money, economy; self-development, motivation; children's literature; parenting books; books in the foreign languages; educational literature, pedagogy; society, state, philosophy; history; biography; health, fitness, healthy eating; the study of the languages of the world; art and culture; calendars; comics and graphic novels; computer literature; beauty, image, style; cooking; medical literature; science and technology; right, law; psychology and relationships; tourism and travel; the religions of the world; sport and active recreation; hobbies & leisure; esotericism and the occult. In the third phase it was investigated that almost all shops books share the same pricing policy used the same pricing methods, with the result that all stores have books for the price of available to all consumer segments. The fourth stage was the most difficult was investigated: the frequency of purchase of books; the costs of books; the reasons for the purchase of books; publishers, which the consumer prefers; the most popular genres; the most popular shops and the format in which consumers buy books. On the last stage was revealed, all of the shops advertise their goods, except "Bookland" and "Chytayka" using a variety of media advertising. Application other tools of marketing communications revealed all bookstores. For example, in the Internet-shop "Yakaboo" great attention is paid to the formation of public relations, the implementation of personal sales, the use of direct marketing tracing revenues reverse connection. Personal selling used in marketing practice "Bookstore "Ye", "Bukva", "Znannia" and "Kniga.biz.ua". Sales promotion uses all of the studied shopping of books. Advertising is in place sale applies to all of the physical stores. Advertising using packaging used publishers, who often create kits and a set of books wrapping them in the original cover, which caused all mandatory information for packing. Unfortunately, none have been defined bookstore that would be taking part in the fairs, although the international specialized book fairs are held annually.

So, after market research books determined that in recent years, the demand for books increases, which leads to the increase in shops that sell them. But online shopping on the moment significantly more physical in the future online shopping will fill more and more popularity, therefore, for the survival of traditional stores they want on their websites to access the platform for online the sale of books. Also, it can be noted that are gaining popularity sale through the social network.

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

KEY PRINCIPLES OF USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE BUSINESS

УДК 339.138.
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-39

Філіна О.В.
аспірантка кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

У статті визначено та розглянуто основні принципи використання соціальних мереж як інструменту для просування бізнесу. Проаналізовано вплив розглянутих принципів на розроблення стратегії просування бізнесу через соціальні мережі. Надано рекомендації щодо ефективного розроблення стратегії SM-маркетингу з урахуванням наведених даних. Виявлення та описання основних принципів просування бізнесу в соціальних мережах є важливим аспектом вивчення ефективності SM-маркетингу загалом та надає можливість українським компаніям більш свідомо й ефективно використовувати цей інструмент. Кожного дня все більше українських представників різноманітних видів бізнесу включають SMM до своєї стратегі маркетингу. Даний інструмент стає все більш популярним та затребуваним через високу концентрацію цільової аудиторії в соціальних мережах та через раціональне співвідношення «ціна – якість». Вивчення основних принципів просування бізнесу в соціальних мережах може допомогти компаніям зробити SM-маркетинг найбільш раціональним завдяки підвищенню ефективності рекламних кампаній.

Ключові слова: *соціальні мережі, SMM, SM-маркетинг, просування бізнесу, маркетинг у соціальних медіа.*

В статье определены и рассмотрены основные принципы использования социальных сетей как инструмента для продвижения бизнеса. Проанализировано влияние рассмотренных принципов на разработку стратегии продвижения бизнеса через социальные сети. Даны рекомендации по эффективной разработке стратегии SM-маркетинга с учетом изложенных данных. Выявление и описание основных принципов продвижения бизнеса в социальных сетях является важным аспектом изучения эффективности SM-маркетинга в целом и дает возможность украинским компаниям более сознательно и эффективно использовать этот инструмент. Каждый день все больше украинских представителей различных видов бизнеса включают SMM в свою стратегию маркетинга. Данный инструмент становится все более популярным и востребованным благодаря высокой концентрации целевой аудитории в социальных сетях и рациональному соотношению «цена – качество». Изучение основных принципов продвижения бизнеса в социальных сетях может помочь компаниям сделать SM-маркетинг более рациональным благодаря повышению эффективности рекламных кампаний.

Ключевые слова: *социальные сети, SMM, SM-маркетинг, продвижение бизнеса, маркетинг в социальных медиа.*

The article identifies and discusses the basic principles of using social networks as a tool for business promotion. The influence of these principles on the development of a strategy for promoting business in social networks is analyzed. Recommendations are given for the effective development of an SM-marketing strategy based on the data presented. The identification and description of the basic principles of promoting business in social networks is an important aspect of studying the effectiveness of SM-marketing in general and enables Ukrainian companies to use this tool more consciously and efficiently. Every day, more and more Ukrainian representatives of various types of businesses include SMM in their marketing strategy. This tool is becoming increasingly popular and in demand due to the high concentration of the target audience in social networks and a rational price-quality ratio. Studying the basic principles of promoting a business on social networks can help companies make SM-marketing more rational by increasing the effectiveness of advertising campaigns. The survey is based on: analyzed materials written by other scientists; trainings, seminars, workshops, presentations conducted by SMM practitioners; practical experience gained while working in the SMM agency. Due to researching all these sources and experience we identified 8 main principles of using social networks as a business promotion tool. Such a scientific approach to highlight and describe the basic principles for promoting business in social networks allows us to increase the effectiveness SMM strategy`s effectiveness. In this paper we showed that each principle that was described above has an impact on the result of using SMM for promoting business. Holding this research we developed these eight principles: a social network is a user's territory; openness - readiness for dialogue; content quality; frequency of posting; user focus; honesty; unobtrusiveness - communication, not sales; creation of an interactive communication platform. In 2019, the issues of promoting business in social networks are no longer put in the format of "necessary or not necessary". The main question today is how to promote a business through social networks effectively. The following article helps get answers to this question.

Key words: *social networks, SMM, SM-marketing, business promotion, social media marketing.*

Постановка проблеми. У 2019 р. питання просування бізнесу в соціальних мережах вже не ставиться у форматі «потрібно чи не потрібно» це компанії. Основне питання сьогодні – як ефективно просувати бізнес через соціальні мережі. SM-маркетинг – наймолодший напрям діджитал-маркетингу, але, з огляду співвідношення витрат та результатів, він стає все більш актуальним для більшості напрямів бізнесу серед українських компаній. Але далеко не всі маркетологи та керівники компаній розуміють та враховують основні принципи просування бізнесу через соціальні мережі. Через те виникає проблема низької ефективності SM-маркетингу для багатьох підприємств та організацій. Визначення основних принципів є важливим аспектом для підвищення ефективності SMM для українського бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Темою ефективного використання соціальних мереж для просування бізнесу займаються як іноземні, так і вітчизняні науковці та практики. Практиками, хто зробив суттєвий внесок у розвиток використання SM-маркетингу в країнах СНД, уважаємо доречним вказати Д. Халілова та А. Албітова. Серед науковців, які займалися вивченням цього напряму, можна зазначити таких, як С.Б. Романи-

шин, І.Р. Греськів, В.В. Папп, Н.В. Бошота, Р.О. Корж. Їхні роботи роблять внесок у краще розуміння важливості врахування SMM у загальній стратегії маркетингу. Але пропонуємо звернути увагу на визначення та розгляд основних принципів просування бізнесу в соціальних мережах, оскільки даний матеріал подається в попередніх роботах науковців лише частково та як доповнення до інших тем.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення та розгляд основних принципів використання соціальних мереж як інструменту для просування бізнесу; аналіз впливу розглянутих принципів на розроблення стратегії просування бізнесу через соціальні мережі; надання рекомендацій щодо ефективного розроблення стратегії SM-маркетингу з урахуванням наведених даних.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява в онлайн-просторі соціальних мереж зробила потенційного клієнта в рази ближчим до компанії. Залишається тільки правильно «налаштувати» комунікацію з ним. Саме тут і виникає багато проблем, оскільки в Україні досі у більшості не сформована культура використання соціальних мереж для цілей бізнесу. Хоча SM-маркетинг у нашій країні вже може налічувати приблизно десятирічний досвід, але й досі багато керівників компаній та навіть маркетологів не розуміють основних відмінностей Social Media маркетингу від класичного маркетингу, не вивчають та ігнорують основні принципи використання соціальних мереж для просування бізнесу. Соціальні медіа – унікальне та відносно нове явище, яке дає змогу вибудовувати комунікації не тільки між приватними користувачами, а й користувачів із компаніями, брендами. І ефективність SMM-компанії суттєво залежить від розуміння цією компанією особливостей соціальних мереж та готовності будувати стратегію SM-маркетингу з урахуванням основних принципів роботи у соціальних мережах.

Провівши аналіз наукових досліджень, практичних тренінгів, семінарів, публікацій та завдяки практичному досвіду роботи у сфері SMM в Агенції маркетингових комунікацій URBANIST пропонуємо виділити такі основні принципи використання соціальних мереж для просування бізнесу:

1. Соціальна мережа – це територія користувача.
2. Відкритість. Готовність до діалогу.
3. Якість контенту.
4. Регулярність розміщення контенту.
5. Орієнтованість на користувача.
6. Чесність.
7. Ненав'язливість. Спілкування, а не продажі.
8. Створення інтерактивної комунікаційної платформи.

Далі у статті ми розглянемо кожен із наведених принципів, проаналізуємо їхній вплив на розроблення стратегії просування бізнесу через соціальні мережі.

Принцип перший. Соціальна мережа – це територія користувача.

Від самого початку соціальні мережі як явище створені для полегшення спілкування людей один з одним, незважаючи на фізичну відстань між ними. Це обмін інформацією з рідними, друзями, колегами, пошук однодумців, створення онлайн-спільнот за певними інтересами тощо. Хоча зараз уже й з'являються так звані «бізнесові» соціальні мережі, основними майданчиками для просування бізнесу залишаються світові лідери за кількістю користувачів та їх різноманітністю, такі як Facebook, Instagram. Під час розроблення стратегії SM-маркетингу важливо пам'ятати, що це бізнес входить на територію користувача, а не навпаки. А це означає, що треба приймати «правіла гри» і чітко розуміти, що соціальна мережа – це не дошка оголошень, не безкоштовний рекламний майданчик, а передусім платформа для спілкування людей один з одним. Звісно, користувачі приділяють увагу не тільки спілкуванню між собою, вони також шукають «живі» відгуки про компанії, продукти, послуги, запитують деталі про них у представників компаній, залишають власні відгуки в різних форматах (публікації у власному профілі, на сторінці компанії, у коментарях до публікації на сторінці компанії, у групі за відповідним напрямом тощо). Входячи на простір соціальних мереж із просуванням певного бізнесу, треба бути в першу чергу корисним та цікавим для користувача, щоб привернути його увагу, сформувати позитивне ставлення до компанії, ініціювати інтерактив із його боку.

Принцип другий. Відкритість. Готовність до діалогу.

Одна з найважливіших особливостей соціальних мереж – це інтерактивність. Соцмережа являє собою відкрите середовище, де дуже швидко та легко користувачами поширюється будь-яка інформація. Під час створення у соціальній мережі представництва компанії дуже важливо пам'ятати про це і заздалегідь виділити необхідні ресурси на постійну та системну роботу з користувачами. Така робота має включати:

– постійний моніторинг згадувань про компанію у соціальних мережах;

– відповіді на запитання, відгуки, скарги, подяки користувачів. Важливо відповідати не тільки на негативні згадування, а й обов'язково і на позитивні. Це мотивує користувачів на подальше спілкування з компанією, слідкування за її дописами, показує об'єкту відповіді та іншим користувачам, що компанія дійсно цінує думку користувачів та поважає їх, веде відкритий діалог, відповідає на звернення, готова враховувати думку користувачів для поліпшення своєї роботи;

– формування користувацького контенту на базі отриманих від користувачів матеріалів;

– корегування контентної стратегії компанії, базуючись на аналізі зворотного зв'язку від користувачів.

Психологічно користувачі сприймають соціальну мережу як систему, працюючу у режимі 24/7. І вони очікують відповідь на запитання, скаргу, подяку не через день, три дні або тиждень, а через 15 хвилин, годину, максимум – декілька годин. Для полегшення роботи SMM-фахівців можна використовувати системи автоматизованих відповідей, які можуть умикатися в неробочий час. Але важливо потім своєчасно опрацьовувати звернення в робочий час. Якщо менеджер, якій відповідає за комунікацію з користувачами на сторінці або в групі, не може відповісти одразу, а йому спочатку треба отримати дані для відповіді від інших спеціалістів, правильним буде не очікувати на дані, а відразу відповісти автору запитання, що його почули і менеджер з'ясовує інформацію та надасть відповідь найближчим часом.

Слідуючи принципу відкритості, важливо бути дипломатичними та гнучкими під час комунікації з користувачами, вміти чесно визнати слабкі моменти в роботі компанії та зробити все можливе для їх посилення, виправлення помилок та вирішення конкретної проблеми користувача, якщо ця проблема пов'язана з компанією.

Принцип третій. Якість контенту.

Сучасний інформаційний простір загалом перевантажений інформацією, і соціальні мережі не є винятком. Конкуренція за увагу користувача кожного дня стає все більшою, а сам користувач – усе більш вибагливим до якості контенту. Контентна стратегія є дуже важливим складником SM-маркетингу. Контент для просування бізнесу в соціальних мережах має бути якісним; корисним та/або цікавим саме для цільової аудиторії даного бізнесу; таким, що спонукає користувача до інтерактиву. Фахівці з маркетингу мають різні позиції щодо частки на 100% унікального контенту, який генерується для соціальних мереж. Ґрунтуючись на проаналізованих матеріалах та практичному досвіді у просуванні бізнесу через соціальні мережі, вважаємо доречним використовувати частково унікальній на 100% контент та додавати до нього контент інших авторів, роблячи попередній аналіз його релевантності для цільової аудиторії компанії. Генерування 100% унікального контенту є дуже трудомісткою роботою, і далеко не завжди це має сенс. Важливим складником у роботі з формування контенту є постійний моніторинг контенту в онлайн-просторі, що має потужний та позитивний відгук від користувачів, та адаптація такого контенту під завдання компанії. Важливим аспектом є етика використання чужого контенту: обов'язково потрібно вказувати джерело, автора. Також більшість контенту треба адаптувати під конкретну сторінку або групу, додавати кілька слів, ставити запитання. Варто також ураховувати, що система видачи публікацій у стрічці користувачів є дуже складною та комплексною і чим більш цікавий, корисний і актуальний контент публікує компанія, тим більше шансів, що публікацію побачить аудиторія.

Принцип четвертий. Регулярність розміщення контенту.

Під час просування бізнесу в соціальних мережах регулярність постингу має суттєве значення. Це пов'язано зі складністю рейтингування публікацій у соціальних мережах, інтелектуальністю систем обробки публікацій та видачи їх у стрічці користувачів. Компанії потрібно мати чітку стратегію щодо публікацій і робити їх за планом, а не в стихійному режимі. Для кожного виду бізнесу та кожної соціальної мережі частота та час розміщення публікацій будуть індивідуальними та можуть коригуватися залежно від зміни складу аудиторії, пори року, сезону (свята, літні відпустки тощо), але повинна бути загальна система. Якщо робити вісім дописів в один день, а потім тиждень нічого не публікувати, це забезпечить суттєво нижчі результаті, ніж планове розміщення по одної публікації на день.

Принцип п'ятий. Орієнтованість на користувача.

Розробляючи стратегію просування бізнесу в соціальних мережах, важливо орієнтуватися на вимоги, інтереси та пріоритети користувача. Це стосується стилю спілкування (стиль написання публікацій, відповідей на коментарі). Цей стиль буде відрізнятися для комунікації з тінейджерами, молодими мамами, науковцями, представниками бізнесу, юристами тощо. Також різним аудиторіям буде цікавим та корисним різний контент (інформаційний складник, стиль викладення, ілюстрування, довжина тексту, вибір між фото– або відеоформатом і т. ін.). Як зазначалося вище, вибагливість користувачів постійно зростає, і завдання компанії під час просування продуктів/послуг у соціальних мережах – не тільки залучення нових підписників, а й постійне утримання уваги вже існуючих. Для цього важливо постійно проводити моніторинг відгуків підписників на різні типи контенту і на основі даного аналізу робити корегування контентної стратегії, пакету основних пропозицій (якщо можливо), бонусних програм.

Принцип шостий. Чесність.

Соціальні мережі сьогодні – це найшвидше «сарафанне радіо» у світі. Користувачі майже миттєво можуть поширити інформацію про компанію, і це може бути як позитивна, так і негативна інформація. Причому варто враховувати важливий психологічно-поведінковий чинник: негативну інформацію користувачі соціальних мереж поширюють набагато швидше та завзятіше, ніж позитивну. Принцип чесності має бути головним для бізнесу

в усіх аспектах, зокрема в маркетингу. Однак під час просування бізнесу в соціальних мережах він набуває ще більшої актуальності. Уведення в оману користувачів лише один раз може кардинально зіпсувати репутацію компанії, навіть якщо до цього вона добре працювала багато років. Дотримуючись принципу чесності, важливо від самого початку формувати інформаційні посили так, щоб бути в змозі виконати всі надані обіцянки. Друге важливе правило – вміти вчасно й чесно визнавати помилки і робити все можливе для їх виправлення і позитивного вирішення ситуації.

Принцип сьомий. Ненав'язливість. Спілкування, а не продажі.

Просування бізнесу через соціальні мережі може вирішувати різноманітні завдання, і одним із таких завдань можуть бути продажі товару або послуги. Але знову варто згадати, що соціальні мережі – це не дошка оголошень, не вебсайт компанії, це територія користувачів, і щоб просування було успішним, важливо орієнтуватися на їхні вимоги, інтереси, пріоритети. Основне завдання представництва компанії у соціальній мережи – сподобатися користувачу, зацікавити його, зробити його прихильником компанії, побудувати з ним двосторонній зв'язок. Тут має працювати стратегія win-win, коли обидві сторони у виграші. І вже в обмін на те, що компанія робить для користувача цікавий, корисний контент, надає поради, допомагає у вирішенні певних питань, можна вводити елементи для отримання вигоди для компанії. Це публікації, націлені на отримання цільових дій від користувача: купити, зареєструватися на захід, заповнити форму з даними, надати відповіді щодо товару/послуги та ін.

Принцип восьмий. Створення інтерактивної комунікаційної платформи.

Представництво компанії в соціальній мережі має бути постійно діючою інтерактивною платформою. Тенденція у всьому світі така, що сторінка бренду в соціальній мережі стає популярніше, ніж вебсайт цього бренду. Для того щоб платформа була ефективною, важливо зробити її постійно та системно діючою, використовуючи всі зазначені вище принципи. Активна сторінка компанії у соціальній мережі з високим відгуком на контент, активною аудиторією допомагає ефективно та найменш витратно вирішувати маркетингові завдання. Це може бути виведення на ринок нового продукту/послуги, анонсування новорічної акції, реакція на неправдиву публікацію у ЗМІ, замовлену конкурентами, тощо. Чим більше активна платформа для просування бізнесу в соціальній мережі, тим більше компанія має амбасадорів бренду, які допомагають у поширенні інформації. Додаткове застосування офіційних платних методів просування дасть змогу підвищити динаміку розвитку комунікаційної платформи на базі соціальної мережі та допоможе цілеспрямовано вирішувати певні маркетингові завдання.

Висновки з проведеного дослідження. У статті визначено та розглянуто основні принципи використання соціальних мереж як інструменту для просування бізнесу. Проаналізовано вплив розглянутих принципів на розроблення стратегії просування бізнесу через соціальні мережі, надано рекомендації щодо ефективного розроблення стратегії SM-маркетингу з урахуванням наведених даних.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Романишин С.Б., Греськів. І.Р. Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах. Львів : Львівська політехніка, 2015. С. 183–188.

2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с.

3. Папп В.В., Бошота Н.В. Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 619–625.

4. За рівнем проникнення Facebook Україна випереджає РФ і Білорусь – дослідження. *Економічна правда*, 14.11.2019. URL : https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/14/653699/ (дата звернення: 27.12.2019).

5. Албитов А. Facebook. Как найти 100 000 друзей для вашего бизнеса бесплатно. Москва : Манн, Иванов и Фербер», 2011. 176 с.

6. Тульчинська С.О. Практичні аспекти застосування інструментів Інтернет-маркетингу в умовах інноваційної економіки. *Агросвіт*. 2019. № 10. С. 27–31.

7. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-рол. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 496 с.

8. Смолина В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях. Москва : Инфра-Инженерия, 2019. 252 с.

REFERENCES:

1. Romanyshyn S. B., Greskiv I. R. (2015) Osoblyvosti marketyngovoi diyalnosti v sitsialnyh merezhah [Peculiarities of marketing in social networks]. Research Article. National university "Lviv Polytechnic", pp. 183–188.

2. Khalilov D. (2013) Marketing v sotsialnyh setiah [Marketing in social networks]. Publisher "Mann, Ivanov and Ferber".

3. Papp V. V., Boshota N. V. (2018) Rol sitsialnyh ta biznes-merezh u diyalnosti turystychnyh pidpryyemstv [The role of social and business networks in the activities of tourism enterprises]. Research Article. *Magazine "Ekonomika i suspilstvo"*, no. 14, pp. 619–625.

4. Za rivnem pronyknennya Facebook Ukraina vyperedzhae RF i Bilorus – doslidzhennya" [By the level of Facebook penetration, Ukraine is ahead of the Russian Federation and Belarus – research]. *Ekonomichna pravda*, 14.11.2019. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/14/653699/ (accessed 27 December 2019).

5. Albitov A. (2011) "Facebook. Kak naiti 100 000 druzei dlya vashego biznesa besplatno" [Facebook.

How to find 100,000 friends for your business for free]. Publisher “Mann, Ivanov and Ferber”.

6. Tylchynska S. (2019) “Praktychni aspekty zastosuvannya instrumentiv internet-marketyngu v umovah innovatsyinoi ekonomiky” [Practical aspects of using internet marketing tools in an innovative economy]. Research Article. *Magazine “Agrosvit”,* no. 10, pp. 27–31.

7. Kaplunov Denys (2014) «Kontent, Marketing i rock-n-rol» [Content, Marketing and Rock and Roll]. Publisher “Mann, Ivanov and Ferber”.

8. Smolina V. (2019) «SMM s nulya. Sekrety prodvizhenia v sotsialnyh setyah» [SMM FROM ZERO. Secrets of social media promotion]. Publisher «Infra-Inzheneria».

Filina Olga
Postgraduate Student at Department of Management
State University of Telecommunications

KEY PRINCIPLES OF USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE BUSINESS

The purpose of the article. The goal of this article is to identify and review the basic principles of using social networks as a business promotion tool. Than to analyze the impact of the described principles on developing a strategy for promoting business in social networks. Provide recommendations for the effective development of an SM marketing strategy based on the data below.

Methodology. The survey is based on:

– analyzed materials written by other scientists;

– trainings, seminars, workshops, presentations conducted by SMM practitioners;

– practical experience gained while working in the SMM agency.

Due to researching all these sources and experience we identified 8 main principles of using social networks as a business promotion tool.

Results. Such a scientific approach to highlight and describe the basic principles for promoting business in social networks allows us to increase the effectiveness SMM strategy`s effectiveness. In this paper we showed that each principle that was described above has an impact on the result of using SMM for promoting business.

Holding this research we developed these eight principles:

1. A social network is a user’s territory
2. Openness. Readiness for dialogue
3. Content Quality
4. Frequency of posting
5. User focus
6. Honesty
7. Unobtrusiveness. Communication, not sales
8. Creation of an interactive communication platform

In 2019, the issues of promoting business in social networks are no longer put in the format of “necessary or not necessary”. The main question today is how to promote a business through social networks effectively. SM-marketing is the youngest direction of digital marketing, but given the ratio of costs and results, it`s becoming increasingly relevant for most business areas among Ukrainian companies. But not all marketing specialists and company executives understand and take into account the basic principles of promoting a business through social networks. So there is a problem of low effectiveness of SM-marketing for many enterprises and organizations. The definition of basic principles of the promoting business in social networks is an important aspect for increasing the effectiveness of SMM for Ukrainian business.

Practical implications. Following these principles in SMM allows Ukrainian companies to make they SMM more effective. In description of each principle practical recommendations are given.

Value/originality. Nowadays SMM becomes more and more important for Ukrainian business. On the one hand it`s cost in general is lower than for others media. On an other hand day by day we have more and more companies started using social media for promoting business. Number of competitors for user`s attention is constantly increasing and companies have to increase a quality of their SMM. In our work, we considered an issue of increasing of the SMM quality taking to the account the main principles of promoting business in social networks.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

METHODICAL BACKGROUND TO OPTIMIZATION OF BUSINESS CONSUMER BUSINESSES OF CONSUMER ENTERPRISES

УДК 339.16.012.34:339.18-048.34](045)
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-40

Філіна С.В.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У статті розглянуто методичні засади оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації. За рахунок оцінки ефективності бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації розроблено комплекс заходів, спрямованих на вдосконалення підходів до управління бізнес-процесами торговельних підприємств споживчої кооперації, через визначення альтернативного варіанту кожного бізнес-процесу з присвоєнням експертної оцінки з погляду вибраних ключових критерії успіху. Для оптимізації бізнес-процесів як об'єктів процесного менеджменту, які ґрунтуються на взаємозв'язку пріоритетних цілей і ключових критеріїв за основними бізнес-процесами торговельних підприємств, представлено основні етапи їх оптимізації, що дає змогу визначити ступінь впливу кожного критерію на результативність діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації і домінанти їх стратегічних змін.

Ключові слова: *бізнес-процес, торговельне підприємство, споживча кооперація, оптимізація, ключові чинники успіху.*

В статье рассмотрены методические основы оптимизации бизнес-процессов торговых предприятий потребительской кооперации. За счет оценки эффективности бизнес-процессов торговых предприятий потребительской кооперации разработан комплекс мероприятий, направленных на совершенствование подходов к управлению бизнес-процессами торговых предприятий потребительской кооперации, через определение альтернативного варианта каждого бизнес-процесса с присвоением экспертной оценки с точки зрения выбранных ключевых критерии успеха. Для оптимизации бизнес-процессов как объектов процессного менеджмента, основанных на взаимосвязи приоритетных целей и ключевых критериев по основным бизнес-процессами торговых предприятий, представлены основные этапы их оптимизации, что позволяет определить степень влияния каждого критерия на результативность деятельности торговых предприятий и доминанты их стратегических изменений.

Ключевые слова: *бизнес-процесс, торговое предприятие, потребительская кооперация, оптимизация, ключевые факторы успеха.*

The article deals with methodological ambushes of optimizing business processes of trading enterprises of cooperative cooperatives, which are enlarged by the number of operative trading channels, as well as the minimum number of trading hours. The effective complex of organizational and economic approaches to direct management of business processes, a certain transfer of funds, and the need for forecast forecasts of a few key criteria have been scattered. The main trends for the future have been identified, allowing you no less to uncover the negative options for the development of trade enterprises, as well as their strong sides. To evaluate the efficiency of business processes of consumer cooperative trading companies, a set of measures aimed at improving approaches to managing the business processes of consumer cooperative trading companies was developed by identifying alternatives to business processes with the assignment of expert judgment in view of the selected key success criteria. Calculation allowed for the visibility of effective varieties performance as for the skin business process and for the key success criteria. It is intended that, for optimizing business processes, as a matter of process management, we will be obliged to interconnect priority goals and key criteria (low cost of business), -processes of trade enterprises (prior market, assortment management, procurement, transportation, storage and distribution of goods, prices, sales, realization of goods), the main principles of optimal optimization are presented, Initially, step in the flow of skin criterion for the effectiveness of the trading business of the cooperative and dominant strategic strategies. The main trends for the future have been identified, allowing you no less to uncover the negative options for the development of trade enterprises, as well as their strong sides. Convenient management system for business processes of trading enterprises to provide the opportunity to make structural changes in the development of trading enterprises, for the optimal selection of business processes, we look at the maximum.

Key words: *business process, trading company, consumer cooperation, optimization, key success factors.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку національної економіки одним із найважливіших завдань є організація діяльності підприємств різних галузей, торговельних зокрема. У зв'язку із цим актуальним і сучасним завданням є оптимізація бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації на основі використання математичного моделювання.

Управління бізнес-процесами торговельних підприємств споживчої кооперації потребує належного ресурсного забезпечення та чіткої послідовності дій, які передбачатимуть імовірні ситуації, що можуть виникати в ході здійснення господарської діяльності. Дотримання такого підходу дасть змогу оперативно корегувати бізнес-процеси, а також мінімізувати можливі ризики під час здійснення торговельних операцій.

За результатами оцінки ефективності бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації є підстави стверджувати, що у більшості з них відсутня цілісна та дієва система. Така ситуація вимагає розроблення та реалізації комплексу заходів, спрямованих на вдосконалення підходів до управління бізнес-процесами торговельних підприємств споживчої кооперації. Важливим напрямом на цьому шляху є оптимізація бізнес-процесів.

Необхідність значного посилення уваги до розроблення й упровадження у господарську практику науково обґрунтованих методів і засобів оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств зумовлена тим, що це дасть змогу значно посилити стабільність і плановість їх функціонування та розвитку. Принциповою має стати зорієнтованість не стільки на збільшення обсягу доходу

та максимізацію прибутку, скільки на досягнення цілей, пов'язаних із задоволенням потреб покупців та раціональним і збалансованим розвитком усіх функціональних напрямів діяльності підприємств. Оптимізація бізнес-процесів торговельного підприємства потребує раціонально об'єктивного вибору його ключових критеріїв. Сьогодні їх формування повинно базуватися не тільки на максимізації прибутку, а й на досягненні інших цілей, пов'язаних із задоволенням потреб покупців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання теорії та практики процесного менеджменту у розрізі бізнес-процесів представлено у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців: П. Друкера, Е. Демінга, М. Вебера, Ф. Тейлора, А. Файоля, які заклали основу формування наукової школи процесного підходу та яку розвинули такі сучасні зарубіжні науковці, як М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоури, В. Кеттингер, Т. Олсон, М. Робсон, Ф. Уллах, М. Хаммер і Дж. Чампі, А-В. Шеєр. Окрім того, можна виділити результати наукових досліджень таких українських учених-економістів, як С. Бабенко, О. Виноградова, Н. Євстафієва, Н. Макухіна, Б. Мізюк, Л. Фролова, якими розкриваються шляхи вирішення проблем розвитку торговельних підприємств споживчої кооперації на основі застосування різних наукових підходів до менеджменту. Проте потребує більш докладного дослідження вивчення проблеми оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації. Розгляд методичних засад оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації зумовлений відсутністю їх оперативного корегування, а також мінімізацією можливих ризиків під час здійснення торговельних операцій. Розроблення ефективного комплексу організаційно-економічних заходів у напрямі управління бізнес-процесами торговельних підприємств передбачатиме необхідність проведення прогнозних розрахунків стосовно ключових критеріїв.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні існує достатньо методик і пов'язаних із ними нотацій, що можуть бути використані під час моделювання бізнес-процесів, у тому числі підприємств роздрібної торгівлі. Серед найбільш поширених нотацій виділяємо ARIS, IDEF0, IDEF3, DFD [1]. Відзначимо, що, як правило, вони орієнтовані на різні категорії потенційних користувачів і відрізняються широтою охоплення проблеми, увагою до певних сфер діяльності, способами візуалізації моделей.

Слід відзачити, що на відміну від інших існуючих підходів методологія ARIS дає можливість збереження комерційної інформації в єдиному реєстрі даних, що важливо з огляду на інформаційні складники економічної безпеки. Це, з одного боку, забезпечує цілісність і несуперечливість процесу моделювання та аналізу, а з іншого – дає змогу без суттєвих утрат здійснювати верифікацію моделі у перспективі [2]. Референтні моделі, побудовані на засадах методології ARIS, дають змогу відображати існуючу ситуацію з максимальним ступенем наближеності до реальної ситуації. Рівень деталізації опису залежить, передусім, від цілей проєкту, у межах якого здійснюється моделювання. Серед основних переваг використання цієї методології у розробленні референтних моделей бізнес-процесів для підприємств роздрібної торгівлі доцільно виділити такі: можливість розглядати діяльність підприємства на різних рівнях деталізації, що забезпечує підтримку концепції життєвого циклу; використання диференційованого підходу до господарської діяльності конкретного підприємства; всі моделі та об'єкти створюються і зберігаються в єдиній базі проєкту, що забезпечує побудову інтегрованої та цілісної моделі предметної сфери; можливість накопичення знань стосовно різних аспектів діяльності торговельного підприємства. Методологію ARIS доцільно використовувати під час виконання таких завдань, як: підготовка та впровадження на підприємстві організаційних змін; розроблення стратегії розвитку бізнесу на основі системи збалансованих показників; аналіз та оптимізація бізнес-процесів; функціонально-вартісний аналіз бізнес-процесів та оптимізація витрат; управління операційними ризиками; впровадження систем менеджменту якості; впровадження інформаційних систем управління тощо.

Оптимізація бізнес-процесів є найбільш ризикованою формою їх удосконалення, що здебільшого не забезпечує досягнення очікуваних результатів, і це підтверджено багатьма вченими [3]. Причина полягає у недостатньому економічному обґрунтуванні інновацій та їх наслідків щодо оптимізації. Єдиним шляхом уникнення негативних наслідків від оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств є попередня оцінка результативності та ефективності оптимізації, а єдиним засобом такого оцінювання уявляється дослідження бізнес-процесів на основі їх моделювання.

Таким чином, модель заміщує оригінал і відбиває найважливіші риси і властивості оригіналу для його дослідження, для досягнення мети дослідження за вибраної системи гіпотез [4]. Саме ця особливість методу моделювання визначає специфічні форми використання абстракцій, аналогій, гіпотез, інших категорій і методів пізнання у сфері оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств.

Для моделювання результатів упровадження процесного менеджменту на засадах оптимізації бізнес-процесів застосуємо таку послідовність завдань:

1. визначення бізнес-процесів, які необхідно покласти в основу системи оптимізації;

2. визначення ключових критеріїв з погляду якого будуть оцінюватися вибрані бізнес-процеси;

3. визначення альтернативних варіантів формування стратегій підприємства бізнес-процесів за ключовими критеріями;

4. експертна оцінка альтернативних варіантів оптимізації кожного з вибраних бізнес-процесів із погляду вибраних ключових критеріїв;

5. визначення ступеня впливу кожного ключового чинники успіху на прибуток торговельного підприємства;

6. визначення найбільш доцільних варіантів оптимізації бізнес-процесів торговельного підприємства з погляду максимізації прибутку підприємства;

7. розроблення бізнес-стратегій підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств.

Із метою оптимізації бізнес-процесів визначаємо основні їх складники:

БП 1: «Закупівля товару».

БП 2: «Управління асортиментом».

БП 3: «Ціноутворення».

БП 4: «Продаж товару».

Також визначимо ключові критерії успіху, з погляду яких будуть оцінюватися вибрані бізнес-процеси:

КФУ-1: «Низькі накладні витрати».

КФУ-2: «Гнучка асортиментна політика».

КФУ-3: «Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту» (рис. 1).

Згідно з третім завданням, необхідно визначити альтернативні варіанти оптимізації кожного бізнес-процесу та присвоїти їхню експертну оцінку з погляду вибраних ключових критерії успіху (за шкалою балів від 0 до 10). У таблиці нижче наведено таку інформацію. Ця інформація визначає експертні оцінки значення результатів організації відповідних бізнес-процесів за вибраними ключовими критеріями успіху.

При цьому кожному бізнес-процесу відповідає заздалегідь визначена альтернативна кількість варіантів його оптимізації. У найпростішому випадку це буде однакова кількість варіантів. Але для ускладнення результатів моделювання та більш адекватних результатів моделювання припустимо, що для кожного бізнес-процесу альтернативні варіанти набувають різного значення (табл. 1):

БП 1 – 4 альтернативи.

БП 2 – 6 альтернатив.

БП 3 – 5 альтернатив.

БП 4 – 8 альтернатив.

Подальші розрахунки дають змогу визначити ефективні варіанти впровадження як за кожним бізнес-процесом, так і за ключовими критеріями успіху.

Додаток кількості бізнес-процесів (4) та критеріїв успіху (3) буде дорівнювати 12. Саме тому підсумкова таблиця буде визначати ефективність

Рис. 1. Система оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств

Джерело: побудовано автором

Таблиця 1

Альтернативні варіанти формування стратегій оптимізації бізнес-процесів за критеріями успіху

БП 1: «Закупівля товару»				
Кількість альтернативних варіантів оптимізації бізнес-процесів		КФУ-1 Низькі накладні витрати	КФУ-2 Гнучка асортиментна політика	КФУ-3 Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту
1		2	3	4
4		**Експертні оцінки результативності бізнес-процесів за вибраними варіантами**		
№ Варіанта	1	0,54	9,36	9,68
	2	8,62	6,31	2,14
	3	5,67	3,81	2,90
	4	0,90	8,73	1,74
БП 2: «Управління асортиментом товарів»				
Кількість альтернативних варіантів оптимізації бізнес-процесів		КФУ-1 Низькі накладні витрати	КФУ-2 Гнучка асортиментна політика	КФУ-3 Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту
6		**Експертні оцінки результативності бізнес-процесів за вибраними варіантами**		
№ Варіанта	1	1,06	4,93	0,59
	2	1,19	3,32	0,02
	3	1,09	8,09	0,24
	4	7,94	6,80	6,09
	5	0,29	7,38	4,23
	6	2,92	3,41	4,34
БП 3: «Ціноутворення»				
Кількість альтернативних варіантів оптимізації бізнес-процесів		КФУ-1 Низькі накладні витрати	КФУ-2 Гнучка асортиментна політика	КФУ-3 Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту
5		**Експертні оцінки результативності бізнес-процесів за вибраними варіантами**		
№ Варіанта	1	4,72	5,38	0,15
	2	8,87	8,79	0,27
	3	8,62	0,60	2,43
	4	2,10	7,20	5,88
	5	4,14	2,60	3,88
БП 4: «Продаж товару»				
Кількість альтернативних варіантів оптимізації бізнес-процесів		КФУ-1 Низькі накладні витрати	КФУ-2 Гнучка асортиментна політика	КФУ-3 Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту
8		**Експертні оцінки результативності бізнес-процесів за вибраними варіантами**		
№ Варіанта	1	9,23	1,28	4,60
	2	2,86	8,58	9,43
	3	9,16	9,06	9,37
	4	1,65	0,50	5,89
	5	2,00	7,42	3,00
	6	6,54	2,81	5,09
	7	4,61	3,30	1,52
	8	0,71	6,41	0,09

Таблиця 2

Сумарний вплив на стратегії оптимізації бізнес-процесів за критеріями успіху

Загальна кількість альтернативних варіантів оптимізації бізнес-процесів	КФУ-1 Низькі накладні витрати	КФУ-2 Гнучка асортиментна політика	КФУ-3 Швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту
	20	30	40

за 12-ма результатами, та той, що гарантує максимальне значення ефективності його впровадження, і буде вибрано.

Також визначимо ступінь впливу кожного ключового критерію успіху на прибуток торговельного підприємства, якщо сумарний бал впливу, згідно з пріоритетом за критеріями успіху, дорівнює значенням (табл. 2).

Для оптимізації бізнес-процесів як об'єктів процесного менеджменту, які ґрунтуються на взаємозв'язку пріоритетних цілей і ключових критеріїв (низькі накладні витрати, гнучка асортиментна політика, швидкість реакції на зміну ринкової кон'юнктури та споживчого попиту) за основними бізнес-процесами торговельних підприємств (дослідження ринку, управління асортиментом, закупівля, транспортування, складування та зберігання товарів, ціноутворення, реалізація товарів), представлено основні етапи їх оптимізації (рис. 2), що дає змогу визначити ступінь впливу кожного критерію на результативність діяльності торговельних підприємств і домінанти їх стратегічних змін [5, с. 13].

Умови обмеженості ресурсів торговельного підприємства споживчої кооперації вимагають пошуку комплексного критерію оптимальності бізнес-процесів. Уніфікація цілей підприємства забезпечує консолідацію зусиль у напрямі досягнення найбільш важливих із них. Формалізація комплексного критерію оптимальності бізнес-процесів торговельних підприємств споживчої кооперації вимагає врахування кількісного та якісного аналізу

Рис. 2. Основні етапи оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств

Джерело: побудовано автором

інтересів суб'єктів бізнес-процесів як на конкретний період часу, так і на перспективу. Своєю чергою, таке співставлення потребує вибору чіткого переліку показників для проведення оцінки. Вибір комплексного критерію оптимальності забезпечує не лише високий рівень ефективності бізнес-процесів, а й раціоналізує використання ресурсів торговельного підприємства.

Чітка регламентація дій виконавців бізнес-процесів торговельного підприємства, що передбачає максимальну кількість варіантів розвитку подій, надає такі переваги:

1) мінімізує ризики невиконання ключових функцій бізнес-процесу;

2) зменшує простої у комерційній господарській діяльності торговельного підприємства;

3) підвищує рівень ефективності розвитку та ступінь зрілості конкретних бізнес-процесів;

4) мінімізує конфліктні ситуації під час здійснення господарської діяльності торговельного підприємства;

5) гармонізує взаємовідносини під час виконання бізнес-процесів між структурними підрозділами підприємства.

Моделювання та оптимізація бізнес-процесів слугують передумовою для пошуку раціональних організаційно-економічних підходів до їх управління. Внесення змін до бізнес-процесів із метою їх удосконалення є одним із головних інструментів процесного менеджменту. Стикаючись з проблемами у господарській діяльності, працівники апарату управління торговельних підприємств намагаються не тільки ліквідувати їх безпосередні наслідки, а й запобігти причинам виникнення у майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Пріоритетним напрямом удосконалення системи управління бізнес-процесами торговельних підприємств споживчої кооперації є націленість на процесно-орієнтовану стратегію управління, що передбачає спрямованість на кінцевого споживача та задоволення інтересів усіх суб'єктів розвитку бізнес-процесів. Раціональна та збалансована організація розвитку бізнес-процесів забезпечує не лише належний рівень їх ефективності, а й частково нівелює негативну дію перешкод комерційній господарській діяльності торговельного підприємства споживчої кооперації.

Удосконаленню системи управління бізнес-процесів торговельних підприємств передує не лише проведення комплексних аналітичних процедур, а й внесення структурних змін у їх розвиток, які водночас є як позитивними, так і несуть негативний соціально-економічний ефект для персоналу підприємства. Слід відзначити, що рішення стосовно їх проведення слід приймати лише тоді, коли проблему не можна вирішити більш лояльним методом. У таких випадках доцільним є використання таких організаційно-економічних підходів до управління бізнес-процесами, як перепроектування та реінжиніринг. Таким чином, у результаті дослідження пошукового алгоритму з можливих альтернатив був знайдений оптимальний варіант оптимізації бізнес-процесів торговельних підприємств із погляду максимізації прибутку. Розроблена модель оптимізації може бути застосована під час прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління торговельним підприємством.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности : учебник / под ред. Г.П. Фомина. Москва : Финансы и статистика, 2001. 544 с.

2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : учебное пособие / пер. с англ. Москва : Дело, 1992. 702 с.

3. Игумнов Б.Н., Завгородняя Б.Н. Кибернетические основы построения экономических систем для предприятий : учебное пособие. Хмельницкий : ТУП, 2000. 344 с.

4. Андрієнко В.М. Моделювання процесів реінжинірингу систем управління економічних об'єктів : автореф. дис. … д-ра екон. наук : 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» ; Донец. нац. ун-т МОН України. Донецьк, 2002. 40 с.

5. Філіна С.В. Процесний менеджмент торговельних підприємств споживчої кооперації України : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» ; Харків. держ. ун-т. харч. і торг. Харків, 2016. 21 с.

REFERENCES:

1. Fomyn H. P. (2001) Matematycheskye metodы y modely v kommercheskoi deiatelnosty [Mathematical methods and models in commercial activity]. Moskva: Fynansy statystyka. (in Russian)

2. Meskon M. (1992) Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of Management]. Moskva: Delo. (in Russian)

3. Yhumnov B. N. (2000) Kybernetycheskye osnovy postroenyia ekonomycheskykh system dlia predpryiatyi [Kybernetycheskye bases of postroenyia ekonomycheskykh system dlia predpryiatyi]. Khmelnytskyi: TUP. (in Russian)

4. Andriienko V. M. (2002) Modeliuvannia protsesiv reinzhynirynhu system upravlinnia ekonomichnykh obiektiv [Modeling of processes of reengineering of systems of management of economic objects] (avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 Ekonomika i upravlinnia pidpryiemstvamy). Donetsk. (in Ukrainian)

5. Filina S. V. (2016) Protsesnyi menedzhment torhovelnykh pidpryiemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy [Process management of trade enterprises of consumer cooperatives of Ukraine] (avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 Ekonomika i upravlinnia pidpryiemstvamy). Kharkiv. (in Ukrainian)

Filina Svitlana
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Management
Poltava University of Economics and Trade

METHODICAL BACKGROUND OF BUSINESS PROCESSES OPTIMIZATION OF TRADING COMPANIES OF CONSUMER COOPERATION

Purpose and relevance of the topic. In modern conditions of development of national economy one of the most important tasks is the organization of activity of the enterprises of various branches, trade in particular. In this regard, the actual and contemporary task is to optimize the business processes of trading companies of consumer cooperation based on the use of mathematical modelling. The need for a significant increase in attention to the development and implementation in business practices of scientifically sound methods and means of optimizing the business processes of trading companies due to the fact that it will significantly increase the stability and planning of their functioning to development. The purpose of the study is the methodical background of business processes optimization of trading companies of consumer cooperation.

Research methods. The following methods were used to solve the tasks posed in the article: analysis, synthesis, generalization, induction, analogy, modelling, system approach.

Results. The article discusses the methodological principles of business processes optimization of trading companies of consumer cooperation, which is caused by the lack of their running modification, as well as minimization of possible risks during the execution of trading operations. An effective set of organizational and economic measures in the direction of business processes management of trading companies has been developed, which foresees the necessity of forecasting calculations regarding the key criteria. The main trends for the prospect have been identified, which allow not only to avoid negative options for the development of trade enterprises, but also strengthen their advantages By evaluating the efficiency of business processes of trading companies of the consumer cooperatives, a set of measures was developed to improve approaches to managing the business processes of consumer cooperatives, by identifying an alternative version of each business process with the assignment of expert judgment in terms of the selection of key criteria. The calculations made it possible to identify effective implementation options for each business process and key success criteria. It is determined that for optimization of business processes as objects of process management, based on the interrelation of priority goals and key criteria (low overhead, flexible assortment policy, speed of reaction to changes in market conditions and consumer demand) for the main business processes of trade enterprises (market research, assortment management, purchase, transportation, warehousing and storage of goods, pricing, sale of goods), presents the main stages of their optimization, which allows to identify the degree of influence of each criterion on the impact of commercial enterprises and their dominant strategic changes. The conditions of limited resources of the trading companies of consumer cooperation require the search for a complex criterion of optimality of business processes. The unification of the goals of the enterprise ensures the consolidation of efforts towards the achievement of the most important ones. Formalization of the complex criterion of optimality of business processes of trading companies of consumer cooperation requires taking into account quantitative and qualitative analysis of interests of business process entities both for a specific period of time and for the future. Such a comparison, in turn, requires the selection of a clear list of indicators for evaluation. Choosing a comprehensive optimality criterion not only ensures a high level of business processes efficiency, but also streamlines the use of the resources of a trading company.

Practical value. The improvement of the business process management system of trading companies is preceded not only by complex analytical procedures, but also by structural changes in their development, which are both with the positive and negative socio-economic effects on the personnel of the enterprise. As a result of research of the search algorithm from possible alternatives the optimal variant of optimization of business processes of trading companies from the point of view of profit maximization was found. The optimization model developed can be applied in making management decisions at all levels of management of a trading company.

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

FACTORS AFFECTING THE LEVEL COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

УДК 338.43
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-41

Чернявська Є.І.
д.е.н., професор кафедри
економіки і підприємництва
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля
Маслош О.В.
к.х.н., доцент кафедри
економіки і підприємництва
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля
Сергієнко А.П.
студент
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля

Статтю присвячено розгляду чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Доведено, що в економічному плані методологію аналізу чинників становлять, перш за все, два методологічних принципи М. Портера. Згідно з першим, це позиції підприємства на ринку. За другим принципом конкурентоспроможність лежить у площині діяльності підприємства як ланцюжка створення цінності товару. В інституціональному плані визначальну роль у становленні та розвитку ринкової економіки як типової форми виробництва, забезпечення конкуренції в умовах монополізації відіграє держава. В умовах панування ринків недосконалої конкуренції після Другої світової війни держава стає суб'єктом виробничих відносин і на підставі низки інститутів (соціальне партнерство, політика доходів, розвиток освіти, стимулювання науково-технічного прогресу та ін.) визначає нові параметри прогресивного розвитку ринкової економіки, вирішення питань конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: *ринкова економіка, недосконала конкуренція, монополія, конкурентоспроможність підприємства, зовнішні та внутрішні економічні чинники конкурентоспроможності підприємств, держава як суб'єкт виробничих відносин.*

Статья посвящена рассмотрению факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий. Доказано, что в экономическом плане методологию анализа факторов составляют, прежде всего, два методологических принципа М. Портера. Согласно первому, это позиции предприятия на рынке. По второму принципу конкурентоспособность лежит в плоскости деятельности предприятия как цепочки создания ценности товара. В институциональном плане определяющую роль в становлении и развитии рыночной экономики в качестве типовой формы производства, обеспечения конкуренции в условиях монополизации играет государство. В условиях господства рынков несовершенной конкуренции после Второй мировой войны государство становится субъектом производственных отношений и на основании ряда институтов (социальное партнерство, политика доходов, развитие образования, стимулирование научно-технического прогресса и др.) определяет новые параметры прогрессивного развития рыночной экономики, решения вопросов конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: *рыночная экономика, несовершенная конкуренция, монополия, конкурентоспособность предприятия, внешние и внутренние экономические факторы конкурентоспособности предприятий, государство как субъект производственных отношений.*

The article is devoted to the factors that influence the competitiveness of enterprises. The competitiveness of enterprises depends on a number of factors, both external and internal. The factors of the external and internal environment are constantly and dynamically changing, which puts enterprises in need of designing of new models and strategies of development, management, search for new ways, methods, means of ensuring competitive advantages and gaining of profit. It is proved that economically, the methodology of factor analysis consists primarily of two methodological principles of M. Porter. According to the first princile, these are the position of the enterprise in the market. According to the second principle, competitiveness lies in the plane of the enterprise as a chain of value creation. Institutionally, the state plays a decisive role in the formation and development of a market economy as a typical form of production, ensuring competition under monopoly conditions. In the conditions of imperfect competition after World War II, the state becomes the subject of industrial relations and on the basis of a number of institutions (social partnership, income policy, development of education, promotion of scientific and technological progress, etc.) determines new parameters of the progressive development of market economy, solving issues of enterprise competitiveness. In the analysis of environmental factors today, insufficient attention is paid to the role of the state, which is of particular importance for countries pursuing market reforms. The study shows that the state plays a fundamental role in transforming a market economy into a typical form of production, and on the basis of mechanisms of collective bargaining regulates the more effective development of relations regarding hired labor services and the development of labor potential. The actions of the state in view of limiting monopoly power, protecting competition, pursuing a policy of social dialogue and forming the middle class in the form of new institutions, norms, rules allow to develop a market economy, entrepreneurship to solve the issue of competitiveness of enterprises in the conditions of imperfect competition markets.

Key words: *market economy, imperfect competition, monopoly, enterprise competitiveness, external and internal economic factors of enterprise competitiveness, the state as the subject of industrial relations.*

Постановка проблеми. Механізмом руху ринкової економіки виступає конкуренція, яка за типом може бути вільною або недосконалою. В умовах вільної конкуренції в галузі, як правило, існує велика кількість підприємств, обсяги виробництва та поставок продукції яких на ринок незначні. Обсяги поставок не дають змоги впливати на ринкові ціни. Вони мають об'єктивний характер. Ефективність діяльності, можливості подальшого розвитку підприємств в даному разі визначаються в ключі зіставлення, перш за все, витрат виробництва підприємств та ринкових цін. Підвищення продуктивності праці та вдосконалення якості продукції в такому разі виступають ключовими чинниками вирішення питань конкурентоспроможності конкретних підприємств.

В умовах недосконалої конкуренції, яка поєднує у собі механізми ринку та монополії, ситуація навколо конкурентоспроможності підприємств є набагато складнішою. Конкурентоспроможність підприємств залежить від низки чинників як зовнішнього середовища, так і внутрішнього. Чинники зовнішнього і внутрішнього середовища постійно динамічно змінюються, що ставить під-

приємства перед необхідністю розроблення нових моделей та стратегій розвитку, управління, пошуку нових шляхів, методів, засобів забезпечення конкурентних переваг та отримання прибутків, що й визначає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням конкурентоспроможності підприємств приділяється велика увага в усіх країнах із ринковою економікою урядами, політиками, а також ученими. Серед закордонних дослідників передусім треба звернути увагу на праці І. Ансоффа, М. Портера, П. Друкера, Ф. Котлера, В. Андріанова, Г. Азоєва, Р. Фатхутдінова та інших дослідників, в яких визначено чинники, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств. Серед вітчизняних науковців, які аналізували проблеми чинників конкурентоспроможності українських підприємств, слід відзначити праці І. Кадирус, О. Нефедової, Н. Грицищина, К. Кузнецової. Але, незважаючи на проведені дослідження, опубліковані роботи, питання дослідження чинників, що впливають на конкурентоспроможності підприємств, зберігає свою актуальність, оскільки динаміка зовнішнього середовища зумовлює зміни і в системі цих чинників.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення чинників, що суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності українських підприємств на сучасному етапі ринкової трансформації економіки та соціально-економічних відносин в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальному плані під конкурентоспроможністю підприємства необхідно розуміти його здатність виготовляти продукцію, що користується попитом у споживачів на ринку, та отримувати на цій підставі прибуток як умови подальшого розвитку. Прибуток – це головна мета організації економічної діяльності в умовах ринкової економіки. Отримання прибутку, його рівень показують ефективність підприємства, тобто його конкурентоспроможність, і виступають економічною основою прогресивного розвитку як підприємства, так і суспільства, тому уряди країн із ринковою економікою приділяють велику увагу питанням конкурентоспроможності підприємств.

У розумінні глибинної сутності конкурентоспроможності підприємств та чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств, основоположне значення мають праці Майкла Портера, який при президенті Р. Рейгані став членом постійно діючої Ради з питань конкурентоспроможності національної економіки США. Чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємств національної економіки, М. Портер поділяв на дві групи. До першої групи він відносив зовнішні чинники конкурентного середовища, до другої – внутрішні чинники, за якими формувався ланцюжок цінності підприємства.

Обидві групи чинників, безперечно, взаємопов'язані, хоча в умовах ринкової економіки, в організації, здійснення та розвитку зовнішнє середовище є більш сильним боком. Ринок забезпечує підприємства ресурсами й у разі монополізації, наприклад ринку енергоресурсів, усі підприємства, галузі, у структурі собівартості яких значний відсоток займає споживання енергоресурсів, в одну мить можуть стати банкрутами і зупинити свою діяльність. Реалізація продукції є головною проблемою в економічній діяльності підприємств за умов ринкової організації. Ринок є механізмом руху та розвитку ринкової економіки. У разі низьких доходів основної частини учасників економічної діяльності, населення, тобто платоспроможного попиту, розвиток економічної діяльності підприємств також гальмується. Безумовно, розвиток на гальмах аж ніяк не може позитивно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

У працях М. Портера закладено методологію аналізу сутності та чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Методологію урахування чинників зовнішнього середовища американський дослідник викладає так:

1. Основною одиницею аналізу є галузь – група конкурентів, що виготовляють товари чи послуги і суперничають між собою. Тобто в аналізі конкурентоспроможності підприємств та чинників, що впливають на неї, М. Портер розглядає недосконалу конкуренцію, основу якої становить ринок, а не монополія, що повністю підтверджується наступним методологічним положенням.

2. Структуру галузевої конкуренції М. Портер розглядає як дію п'яти сил: 1) загроза появи нових конкурентів; 2) загроза появи замінників товарів чи послуг; 3) спроможність постачальників комплектуючих виробів і т. д. торгуватися; 4) спроможність покупців торгуватися; 5) суперництво наявних конкурентів між собою. Даний принцип загалом відбиває дійсно умови ринкової економіки, коли суспільне виробництво, національна економіка розвиваються за принципами господарювання товаровиробників як суб'єктів ринку.

3. Конкурентна стратегія підприємства як стратегія управління конкурентоспроможністю повинна будуватися не тільки на досконалому вивченні ринкових процесів, запитів ринку, його можливостей, а й ураховувати не лише дію чинників зовнішнього середовища, а й визначати власні можливості впливу на структуру ринку, вибирати та досягати конкурентних позицій, що найкраще відповідають інтересам підприємства [1, с. 51–89].

Активна ринкова позиція, тобто конкурентоспроможність підприємств, що проявляється на ринку, можлива на підставі відповідних стандартів, тобто результатів власної господарської діяльності. М. Портер довів, що конкурентоспромож-

ність підприємств забезпечують нововведення. Нововведення становлять основу конкурентної переваги. Необхідно підкреслити, що проблема конкурентоспроможності в тій актуальності, що регламентується зараз, виникла в 60-ті роки минулого століття [2]. В той час почала набирати сили сучасна науково-технологічна революція. Тому, розглядаючи питання конкурентоспроможності підприємств у контексті внутрішніх чинників, М. Портер зробив наголос на нововведеннях, які повинні формуватися за моделлю «ланцюжка цінності». Причому ця модель організації економічної діяльності підприємств розглядається як на рівні окремих частин кругообігу та обороту капіталу, так і в цілому [1, с. 61–63].

Модель «ланцюжка цінності» М. Портера дає змогу в методологічному й практичному, вартісному плані в рамках інтересів суспільства провести аналіз як чинників зовнішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності, так і чинників внутрішнього середовища; аналіз сильних та слабких сторін, що лежать в основі формування конкурентних переваг на рівні конкретних підприємств.

Теорія М. Портера, що отримала назву «теорія позиціонування», проблеми конкурентоспроможності підприємств розглядає, головним чином, в економічному плані, не зачіпаючи питань характеру виробничих відносин. А за визначених умов саме тут знаходяться головні питання конкурентоспроможності підприємств. Особливе значення цей ракурс має для оцінки так званих ринкових реформ в Україні і вирішення питань конкурентоспроможності українських підприємств. М. Портер не розглядав у цілому питання характеру виробничих відносин, оскільки в період після Другої світової війни держави розвинутих країн стали суб'єктами системи виробничих відносин і свої нові соціально-економічні, а також інституціональні функції виконували у цілому вельми ефективно, що створило умови для подальшого прогресу не тільки продуктивних сил, а й ринкової економіки, капіталізму.

У теорії ринкова економіка розглядається як система господарювання приватних осіб, зв'язок між котрими встановлюється через ринок на підставі ринкових цін. Ринкові ціни опосередковують рух ресурсів, готової продукції. Уважається, що ринковий механізм є найефективнішим механізмом організації та принципів здійснення господарської діяльності, обліку витрат ресурсів та ефективності виробництва, конкурентоспроможності підприємств, стимулювання науково-технічного прогресу та втілення їх досягнень у сферу господарської діяльності підприємств. Ринок працює на інтереси споживачів і т. д. На думку прихильників ринкової організації національної економіки, ефективність діяльності приватних підприємств забезпечується низкою чинників, серед яких – праця за власним інтересом, робота на задоволення запитів споживачів, ринковий характер цін, матеріальна відповідальність за результати власної діяльності.

Кожну систему, кожне явище можна описати красиво, яскраво, наділити магічними якостями. Але дійсність завжди є дещо іншою. Економічна система – важлива, але тільки частина системи, яка називається суспільством або країною, державою. Історія доводить, що ринкова економіка виникає на зламі переходу від первіснообщинного до рабовласницького або феодального способів виробництва, проте аж до капіталізму вона залишалася на позиціях додаткової форми виробництва. Панівною формою була натуральна форма господарювання. Перетворення ринкової економіки на провідну форму виробництва відбулося тільки з перемогою буржуазної революції, коли, по-перше, змінився характер влади, від державної влади були усунені феодали, їхнє місце зайняли представники буржуазії, тобто представники підприємництва; по-друге, всі громадяни отримали юридичні свободи, у тому числі свободу підприємницької діяльності, свободу вільно розпоряджатися своєю робочою силою, вільно її продавати, а також покупати.

Таким чином, ринкова економіка як економічна система може бути провідною системою національного господарювання тільки за чітко визначеними інституціональними умовами, до яких в економічному плані належать, перш за все, специфікація прав власності на речові фактори виробництва та юридична свобода громадян. Специфікація прав власності – це кодекс законів стосовно володіння, розпорядження, використання, оренди та інших речових чинників виробництва. Специфікація прав власності означає, що права власності законодавчо, організаційно, матеріально є захищеними. Однак, підкреслімо ще раз, це можливо тільки за умов відповідно організованої влади. Можливості, права нових державних управлінців повинні бути побудовані навколо питань розвитку нового способу виробництва. Це є можливим тільки за умов переходу від екстрактивних політичних та екстрактивних економічних інститутів до інклюзивних політичних та інклюзивних економічних інститутів.

Треба також відзначити, що в економічному плані, як свідчить історія, розвиток ринкової економіки вже з перших кроків не може обійтися без участі держави. І справа не в тому, що держава для свого існування обкладає підприємства податками, що, безперечно, є необхідністю, а в тому, що ринкова економіка для свого функціонування, розвитку неможлива без грошової системи. Формування грошової системи, як свідчить досвід розвинутих країн, – це прерогатива держави. Грошова система – це форма організації грошового обігу в

країні, що склалася історично і закріплена національним законодавством [3].

У плані економічного функціонування ринкова економіка в статусі провідної вже з перших кроків показала свою нездатність забезпечити розвиток трудових ресурсів, установити характер відносин співробітництва між підприємцями і найманими працівниками. Уже наприкінці XVIII – початку XIX ст. в ході промислової революції в Англії та інших країнах відбулися стихійні виступи робітників мануфактур проти машин, які отримали назву руху луддитів. В Англії в 1811 р. рух луддитів розповсюдився по всій країні, у ході якого відбувалося руйнування вовняних та бавовнообробних фабрик, поки англійський уряд жорстко його не подавив. Протягом усього XIX ст. в країнах із ринковою економікою спостерігалися антагоністичні конфлікти між найманими працівниками і підприємцями, що закономірно призвело до виникнення робітничих та комуністичних партій, політизації профспілок. Під їх керівництвом страйки, революційні рухи, повстання стрясали країни, поки наприкінці XIX – початку XX ст. держава не прийняла низку законів щодо регулювання трудових відносин: тривалості робочого дня та тижня, обмеження експлуатації праці дітей та жінок. Було визнано, що ринок праці не може охопити весь спектр питань розвитку трудового потенціалу та трудових відносин. Було визнане трудове право, і воно було виокремлено в самостійну галузь права, а регулювання трудових відносин отримало ще колективно-договірний механізм, що стало одним із чинників переходу до політики соціального партнерства та створення міжнародної організації праці [4]. Також треба підкреслити, що у цей період не тільки теоретично, а й практично ставилися і вирішувалися питання характеру держави як соціальної. Були прийняті перші закони не тільки про тривалість робочого часу, а й про відпустки на підприємствах, соціальне забезпечення в разі виробничих травм і т. д.

Із подальшим розвитком капіталізму роль держави тільки зростала. Відзначимо стисло головні етапи введення нових інституціональних механізмів та економічних функцій держави, що забезпечували функціонування, розвиток ринкової економіки та капіталізму:

– Друга промислова революція, одним із чинників якої закономірно була вільна конкуренція, призвела до концентрації, централізації виробництва та виникнення монополій, що несуть у собі можливості обмеження та знищення вільної конкуренції. У силу цього у США вже у 1890 р. був прийнятий перший антитрестовський закон, названий іменем його розробника – Шермана. Необхідно підкреслити, що термін «монополізація», застосовуваний у законі Шермана, відноситься не до типу ринкової структури, а до дій. Монополія має подвійний характер. З одного боку, монополія як закономірність розвитку виробництва є природним явищем. З іншого – вона як найбільший виробник має можливості встановлювати на свою продукцію не ринкові, а монопольні ціни, перерозподіляючи таким чином додану вартість в економіці на свою користь й обмежуючи розвиток інших виробників та виробництв. Саме на запобіганні таким діям монополій і стоїть держава у формі антитрестовських законів;

– у 1914 р. був прийнятий закон Клейтона, в якому більш конкретно було розглянуто види антиконкурентних дій, наприклад цінову дискримінацію (встановлення різної ціни на аналогічні товари). Ціни не повинні підривати конкуренцію. Хоча закон Клейтона характеризується більшою порівняно із законом Шермана визначеністю в характеристиці дій, які можна трактувати як «нечесну конкуренцію», він залишає за судами право вирішувати, в яких випадках згадані дії підривають конкуренцію [5];

– після Першої світової війни економіки країн, що згодом отримали назву розвинутих, перейшли на трифазну модель економічного циклу. Після пожвавлення йшло не піднесення, а знову наступала криза, що створювало, перш за все, соціальну напругу в суспільстві, оскільки відсутність піднесення в економіці передусім відбивається на зайнятості населення: з війни поверталися солдати, а вдома підростали нові працівники. У суспільстві розгорнулися дискусії. Одні теоретики причину ситуації бачили у втручанні в економіку держави. Дж.М. Кейнс виступив з аргументацією того, що ринкова економіка вже не може без утручання держави розвиватися, вирішувати питання зайнятості. Велика економічна депресія 1929–1933 рр. підтвердила правильність теорії Дж.М. Кейна. Бюджетні методи державного регулювання економіки із цього часу стали невід'ємним елементом господарського механізму розвинутих країн. Дж.М. Кейнс за свої розробки отримав Нобелевську премію;

– після Другої світової війни держави розвинутих країн закономірно стали суб'єктами виробничих відносин. Цьому сприяли, передусім, утворення світової системи соціалізму та розпад колоніальної системи імперіалізму, швидкий розвиток науково-технічного прогресу, загострення протиріч у розвитку продуктивних сил, прагнення людей після перенесення жахів нацизму нового, достойного людини життя. У цих умовах країни розвинутих країн змушені були посилити економічну та соціальну роль держави, яка вже довела свою ефективність.

Головними функціями держави як суб'єкта економічних відносин стали розвиток державної власності та підприємництва, втручання на підставі механізмів державного бюджету в розподіл та перерозподіл національного доходу, що сприяло соціальній стабільності в країнах. Одним із головних напрямів діяльності держави стали посе-

редницькі функції у відносинах між найманими працівниками і роботодавцями: законодавче регулювання тривалості робочого тижня, закони про страйки, колективно-договірне законодавство з орієнтацією на соціальне партнерство. Як показує досвід розвинутих країн, без допомоги держави в сучасних умовах соціально-економічної динаміки не може ефективно розвиватися малий бізнес, який дійсно є основою ринкової економіки, приватної власності та вільної конкуренції. У соціальній політиці держава вибрала курс на формування та розвиток середнього класу. Держава активно втручається в розвиток фундаментальних наук та науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, підтримуючи, таким чином, високий рівень технологічного прогресу. Також треба сказали про регулювання державою всього спектру зовнішньоекономічних відносин, у тому числі закордонних інвестицій приватного капіталу.

Саме перетворення держави на суб'єкти виробничих відносин створило умови для відновлення та подальшого розвитку капіталізму в розвинутих країнах. У рамках запропонованої політики соціального діалогу в суспільстві, політики перерозподілу доходів в контексті стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності корпорацій у розвинутих країнах було створено умови для прогресивного розвитку внутрішніх ринків. Підняття на новий рівень освіти, кваліфікації, доходів стали наріжним каменем розвитку внутрішнього ринку, вирішення питань конкурентоспроможності підприємств.

Необхідно відзначити, що у 1974–1975 рр. сталася світова економічна криза, котра отримала назву кризи державного регулювання. До влади в Англії та США прийшли консервативні сили з орієнтацією на зменшення ролі держави в економіці, підтримку вільного ринку й підприємництва. Політика приватизації стала невід'ємною частиною політики М. Тетчер. Процес приватизації, особливо збиткових підприємств, був підкорений вирішенню питань підвищення ефективності виробництва, особливо продуктивності праці. Але для компенсації втрати прямого державного контролю над приватизованими підприємствами урядом Великобританії було значно розширено регулювання цієї галузі: створено такі регулюючі органи, як Управління з контролю над газопостачанням, Міністерство телекомунікацій і Національне управління з проблем річок [6].

Аналіз політики консерваторів показує, що в розвитку ринкової економіки можуть змінюватися форми, методи, напрями державного регулювання, але не роль. Критики політики Кабінету Тетчер указують на те, що внаслідок політики, яку вона проводила, посилився вплив центральної бюрократії на розвиток економічних та соціальних процесів. Діяльність М. Тетчер проводила за девізом (перефразована Проста молитва): «Там, де розлад, ми повернемо гармонію. Там, де помилки, ми скажемо правду. Там, де сумніви, ми повернемо віру. А там, де відчай, ми принесемо надію» [7].

Прем'єрство М. Тетчер у цілому було високоефективним. Як з'ясувалося вже після її відставки, за 11 років її правління середні темпи економічного зростання у Великобританії були в три рази вище, ніж у попередні десятиліття і стали найвищими серед усіх великих промислово розвинених країн світу за винятком Японії. Великобританії вдалося здійснити структурну перебудову і модернізацію своєї економіки.

У 90-ті роки на конференціях, зустрічах під егідою ООН було доведено, що подальший ефективний розвиток економіки, людства може бути лише на підставі Концепції сталого розвитку, яка визначає сталий розвиток як розвиток, що «…задовольняє потреби сучасності, при цьому не загрожує можливості майбутнього покоління задовольняти свої потреби», а також як інтеграція економічного розвитку, захист довкілля та соціальна рівність. Зміцнення, збалансована інтеграція та визнання взаємопов'язаності цих трьох вимірів є основою сталого розвитку [8]. Концепція сталого розвитку рекомендована міжнародними організаціями, що діють під егідою ООН, як базова модель соціально-економічного розвитку та екологічної безпеки. Такі країни, як США, Японія, країни Європейського Союзу, вже стали на шлях сталого розвитку. Україна офіційно підтримує міжнародні рішення щодо сталого розвитку, проте досі не має загальнонаціонального плану втілення ідей сталого розвитку в життя. Слід відзначити, що за роки незалежності в Україні було здійснено декілька спроб створити та затвердити на законодавчому рівні Концепцію сталого розвитку, однак жодна з них не увінчалася успіхом, як і ринкові реформи у цілому.

В Україні ринкові реформи проводяться на підставі примітивних теоретичних уявлень щодо сутності ринкової економіки та ролі в ній держави. Побудова ринкової економіки в рамках усунення держави з економіки, регулювання соціальних відносин закономірно веде до деградації економіки, деіндустріалізації країни, падіння життєвого рівня громадян. Україна сьогодні перетворилася на одну з найбідніших і найкорумпованіших країн. Причини цього лежать у площині характеру влади. Депутати, вищі посадові особи не відповідають перед суспільством за результати своєї діяльності. Вони приходять на обіцянках, здійснення яких очікують виборці, а проводять політику, як і попередники, яких вони критикували й одержали перемогу над ними, в інтересах окремих соціальних груп, у тому числі пов'язаних із міжнародними корпораціями. Причому політика зосереджена не на питаннях розвитку економіки, конкурентоспроможності підприємств, країни, а на привласненні національно

багатства на підставі різних механізмів, у тому числі приватизації, інструментів міжнародного олігархічного капіталу.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження показують, що проблема конкурентоспроможності підприємств відноситься до підприємств ринків недосконалої конкуренції, що поєднує у собі елементи ринкового механізму та монополії. Конкурентоспроможність підприємств залежить від дії чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ. В економічному плані методологію аналізу чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, становлять передусім два методологічних принципи М. Портера. Згідно з першим, це позиції підприємства на ринку. За другим принципом конкурентоспроможність підприємства залежить від чинників, що утворюють ланцюжок створення цінності товару. В аналізі чинників зовнішнього середовища сьогодні недостатньо уваги приділяється ролі держави, що має особливе значення для країн, які проводять ринкові реформи. Аналіз показує, що держава відіграє засновницьку роль у перетворенні ринкової економіки на типову форму виробництва, на підставі механізмів колективно-договірного регулювання забезпечує більш ефективний розвиток відносин із приводу послуг найманої праці та розвитку трудового потенціалу. Дії держави в ракурсі обмеження монополізму, захисту конкуренції, проведення політики соціального діалогу та формування середнього класу у формі нових інститутів, норм, правил дають змогу розвиватися ринковій економіці, підприємництву, вирішувати питання конкурентоспроможності підприємств в умовах ринків недосконалої конкуренції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. Москва : Международные отношения, 1993. 896 с.

2. Чернявська Є.І., Касаткіна М.В. Поняття і сутність конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.* 2019. № 4(252). С. 114–118.

3. Круш П.В., Клименко О.В. Гроші та кредит : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ. 2010. 215 с. URL:https://pidruchniki.com/16520205/finansi/groshova_sistema (дата звернення: 06.12.2019).

4. Чернявська Є.І. Реструктуризація підприємства в умовах трансформаційної економіки : монографія. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2004. 264 с.

5. Мікроекономіка в питаннях і відповідях. Антимонопольне законодавство США. URL: https://studme.com.ua/1903081413549/ekonomika/antimonopolnoe_zakonodatelstvo_ssha.htm (дата звернення: 05.12.2019).

6. Маргарет Тэтчер. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Тэтчер,_Маргаретє (дата звернення: 06.12.2019).

7. Маргарет Тетчер. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Маргарет_Тетчер (дата звернення: 06.12.2019).

8. Концепція. Світовий центр даних. URL: http://wdc.org.ua/uk/sustainable-development/conception (дата звернення: 07.12.2019).

REFERENCES:

1. Porter M. (1993) Mezhdunarodnaya konkurentsiya [International competition]. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya.

2. Cherniavska Ye. I., Kasatkina M. V. (2019) Poniattia i sutnist konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [The concept and essence of competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, no. 4(245), pp. 95–99.

3. Krush P. V., Klymenko O. V. (2010) Hroshi ta kredyt [Money and credit]. Kyiv: TsUL. Available at: https://pidruchniki.com/16520205/finansi/groshova_sistema (accessed 6 December 2019).

4. Cherniavska Ye. I. (2004) *Restrukturyzatsiia pidpryiemstva v umovakh transformatsiinoi ekonomiky: monohrafiia* [Enterprise restructuring in a transformational economy: a monograph]. Luhansk: SNU im. V. Dalia. (in Ukrainian)

5. Mikroekonomika v pytanniakh i vidpovidiakh. Antymonopolne zakonodavstvo SShA. Available at: https://studme.com.ua/1903081413549/ekonomika/antimonopolnoe_zakonodatelstvo_ssha.htm (accessed 5 December 2019).

6. Margaret Tetcher. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/Тэтчер,_Маргаретє (accessed 5 December 2019).

7. Marharet Tetcher. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Маргарет_Тетчер (accessed 6 December 2019).

8. Kontseptsiia. Svitovyi tsentr danykh. Available at: http://wdc.org.ua/uk/sustainable-development/conception (accessed 7 December 2019).

Cherniavs'ka Eugenia
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
Maslosh Olha
Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
Sergiienko Anna
Student
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS LEVEL OF ENTERPRISES

The purpose of the article. The article is devoted to the factors that influence the competitiveness of enterprises. The competitiveness of enterprises depends on a number of factors, both external and internal. The factors of the external and internal environment are constantly and dynamically changing, which puts enterprises in need of designing of new models and strategies of development, management, finding new ways, methods, means of ensuring competitive advantages and gaining of profit. The task of research of the factors affecting the competitiveness of enterprises remains relevant, because the dynamics of the external environment causes changes in the system of these factors.

Methodology. The research is based on an analysis of the historical development of competitiveness and identification of factors that significantly affect the level of competitiveness of the Ukrainian enterprises at the current stage of market transformation of the economy and socio-economic relations of Ukraine.

Results. The mechanism of market economy movement is competition, which by its type may be free or imperfect. In the context of free competition in the industry, as a rule, there are a large number of enterprises production and supply of products of which are negligible. Supply volumes do not allow market prices to be affected. They are objective in nature. Efficiency of activity, possibilities of further development of enterprises in this case is determined in the key of comparison, first of all, of costs of production of enterprises and market prices. Increasing productivity and improving product quality in this case are key factors in addressing the competitiveness of specific enterprises.

It is proved that economically, the methodology of factor analysis consists primarily of two methodological principles of M. Porter. According to the first princile, these are the position of the enterprise in the market. According to the second principle, competitiveness lies in the plane of the enterprise as a chain of value creation. Institutionally, the state plays a decisive role in the formation and development of a market economy as a typical form of production, ensuring competition under monopoly conditions. In the conditions of imperfect competition after World War II, the state becomes the subject of industrial relations and on the basis of a number of institutions (social partnership, income policy, development of education, promotion of scientific and technological progress, etc.) determines new parameters of the progressive development of market economy, solving issues of enterprise competitiveness.

In the analysis of environmental factors today, insufficient attention is paid to the role of the state, which is of particular importance for countries pursuing market reforms. The study shows that the state plays a fundamental role in transforming a market economy into a typical form of production, and on the basis of mechanisms of collective bargaining regulates the more effective development of relations regarding hired labor services and the development of labor potential. The actions of the state in view of limiting monopoly power, protecting competition, pursuing a policy of social dialogue and forming the middle class in the form of new institutions, norms, rules allow to develop a market economy, entrepreneurship to solve the issue of competitiveness of enterprises in the conditions of imperfect competition markets.

In Ukraine, market reforms are carried out on the basis of primitive theoretical ideas about the essence of a market economy and its role in the state. Building a market economy in the framework of elimination of the state from the economy, regulation of social relations naturally leads to the degradation of the economy, deindustrialization of the state, the decrease in living standards of citizens. The current Ukraine has become one of the poorest and most corrupt countries. The reasons for this lie in the plane of the nature of power. Deputies, senior officials are not accountable to the public for the results of their activities. They come on promises expected by voters, and pursue policies like the predecessors they have criticized and defeated, in the interests of particular social groups, including those associated with international corporations. Moreover, the policy is focused not on issues of economic development, competitiveness of enterprises, the state, but on appropriation of national wealth on the basis of various mechanisms, including privatization, instruments of international oligarchic capital.

Practical implications. The analysis shows that the state plays a fundamental role in transforming a market economy into a typical form of production, and on the basis of mechanisms of collective bargaining regulates the more effective development of relations regarding hired labor services and the development of labor potential.

Value/originality. The actions of the state in view of limiting monopoly power, protecting competition, pursuing a policy of social dialogue and forming the middle class in the form of new institutions, norms, rules allow to develop a market economy, entrepreneurship to solve the issue of competitiveness of enterprises in the conditions of imperfect competition markets.

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ІНЖИНІРИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ 5E В ЄДИНУ МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ БАНКОМ

SOME ASPECTS OF INTEGRATING 5E MARKETING AND ENGINEERING CONCEPT INTO THE UNITED BANK MANAGEMENT MODEL

УДК 336.71
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-42

Коваленко О.В.
д.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
Хайдарова Т.М.
старший викладач кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
Сабірова І.М.
старший викладач кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

У статті досліджено характерні риси банківських продуктів, які знаходять відображення в особливостях усього процесу управління банківською діяльністю, зокрема в банківському маркетингу. Визначено особливості банківського маркетингу, як окремого напряму традиційного маркетингу товарів і послуг. У процесі проведеного дослідження охарактеризовано елементи маркетингової концепції та інжинірингової концепції 5E, виявлені та описані спільні риси та відмінності маркетингової й інжинірингової концепції 5E. Виявлено, що найбільш ефективною та перспективною буде сукупна модель управління банками, яка включає елементи обох підходів. Розроблено модель управління банківською діяльністю, інноваційність якої полягає у віднесенні банківської діяльності до категорії підприємництва, визнанні ризиків, що загрожують банку в сучасних умовах. Запропонована модель може бути чинником протидії ринкових ризиків, одночасно стимулюючи розвиток маркетингової активності банків.

Ключові слова: *банківський маркетинг, маркетингова концепція, особливості банківського маркетингу, інжинірингова концепція 5E, управління діяльністю банків.*

В статье исследованы характерные черты банковских продуктов, которые находят отражение в особенностях всего процесса управления деятельностью, в частности в банковском маркетинге. Определены особенности банковского маркетинга как отдельного направления традиционного маркетинга товаров и услуг. В ходе проведенного исследования охарактеризованы элементы маркетинговой концепции и инжиниринговой концепции 5E, выявлены и описаны общие черты и различия маркетинговой и инжиниринговой концепции 5E. Выявлено, что наиболее эффективной и перспективной будет совокупная модель управления банками, которая включает элементы обоих подходов. Разработана модель управления банковской деятельностью, инновационность которой состоит в отнесении банковской деятельности к категории предпринимательства, признании рисков, угрожающих банкам в современных условиях. Предложенная модель может быть фактором противодействия рыночным рискам, одновременно стимулируя развитие маркетинговой активности банков.

Ключевые слова: *банковский маркетинг, маркетинговая концепция, особенности банковского маркетинга, инжиниринговая концепция 5E, управление деятельностью банков.*

Main characteristics of banking products are investigated in the article, which is reflected in all features of banking management process, and in marketing in banking particularly. These features are directly reflected in the formation of the marketing plan and market policies of the bank. Thus, the negotiable nature of banking services and their abstractness make it necessary to explain the content to clients, which requires a high level of economic culture and literacy from both the consumer of the service and its seller. Close relationship with money and extended length of the client-bank relationship over time make the bank's activities dependent on the clients' trust. The features of marketing in banking are identified as a separate trend of traditional marketing for goods and services. Moreover, the complex of marketing in banking should be built taking into account the peculiarities of the current market situation and correlate with forecasts of consumer activity declining. According to modern conditions, marketing in banking should be built on an innovative basis, which helps to avoid crises. One of the newest models of marketing plan creation is the model, which is based on the 5E concept. This research examines different approaches to the interpretation of this concept. It also evaluates the possibility and prospects of its application in the market of banking products from the standpoint of modern phenomena world economy. In particular, M. Cohen's concept is studied, as it offers a model for building company marketing based on 5E concept, based on the following elements: Education; Exploration; Elevation Entertainment; Estimation. Disadvantages of this approach are also noted, some of them appear due to initial orientation on retail market. The research is also considered the engineering concept of 5E, which has a similar acronym in its writing. However, this concept is broader than M. Cohen's 5E concept, since it is more focused on company's engineering processes but marketing. Elements of both concepts are explained, their common features and differences are identified and described. It is revealed that the most effective and promising model is united bank management model that incorporates elements of both approaches. The united model for banking management has been developed. Its innovativeness lays in classifying banking activity as entrepreneurship, as well as recognizing the risks that threaten the bank in the current conditions. The proposed model can be a factor in counteracting market risks while stimulating the development of banks' marketing activity.

Key words: *banking marketing, marketing concept, features of banking marketing, 5E engineering concept, management of banks.*

Постановка проблеми. Ринок банківських послуг відрізняється від інших ринків особливостями відносин між суб'єктами цього ринку, роллю державного регулювання на ньому, але насамперед ринок банківських продуктів виділяється специфікою самого об'єкта виникнення ринкових відносин – банківських продуктів і послуг. Аналіз досвіду зарубіжних компаній дозволив виявити умови зовнішнього середовища, при створенні яких розвиток банківського сектору може бути більш ефективним для національної економіки. Також потрібно розглянути можливі дії банківських установ, які зможуть впливати на поведінку клієнтів банків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розгляду теоретичних аспектів банківського маркетингу присвячено праці низки вітчизняних і зарубіжних дослідників. Серед вітчизняних варто відзначити дослідження Л. Романенко, І. Алексєєва, І. Бушуєвої, Н. Внукової, В. Герасимчука, Д. Завадської, І. Лютого, А. Нікітіна, О. Солодкої, О. Штейн. Проблеми банківського маркетингу були предметом наукових досліджень зарубіжних науковців, зокрема М. Коена, Ю. Редлі, А. Столярської, Ф. Фельдбауша.

Проведений аналіз наукової літератури показав, що загалом не досить досліджені методи управління діяльністю банківських установ а також можливі шляхи сприяння розвитку банківського сектору з боку держави. Зазначена обставина підкреслює необхідність систематизації практичних новацій та вдосконалення науково-методологічних засад банківського маркетингу, розуміння яких дає змогу формувати конкурентоспроможну маркетингову політику банку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження підходів до визначення особливостей управління банківським маркетингом, відображення його як одного з галузевих видів маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах динамічних і часто суперечливих змін сучасного ринку банківських послуг в Україні незмінним залишається прагнення кожного банку забезпечити максимальне задоволення запитів наявних і потенційних клієнтів на взаємовигідних умовах. Успішне досягнення такої цілі можливе лише на основі комплексного використання маркетингових інструментів, що об’єктивно вимагає всебічного дослідження всіх теоретичних і практичних аспектів банківського маркетингу.

Банківські продукти мають низку характерних рис, таких як:

– нематеріальність банківського продукту;

– використання грошей у різних формах і якостях;

– банківські послуги набувають матеріальної форми за допомогою договірних відносин;

– протяжність у часі договірних відносин, пов’язаних із придбанням більшості банківських продуктів.

При цьому специфіка банківських продуктів знаходить відображення в особливостях усього процесу управління банківською діяльністю, зокрема в банківському маркетингу. Саме зазначені вище характерні риси банківського продукту дають змогу говорити про банківський маркетинг як про особливий напрям традиційного маркетингу товарів і послуг.

Ці особливості знаходять пряме відображення у формуванні комплексу маркетингу і ринкової політики банку. Так, договірний характер банківських послуг і їхня абстрактність викликають необхідність роз'яснення клієнту їхнього змісту, що вимагає як від споживача послуги, так і від її продавця високого рівня економічної культури і грамотності. Тісний зв'язок із грошима і протяжність відносин «клієнт – банк» у часі ставлять діяльність банку в залежність від довіри клієнтів. Особливості банківського маркетингу зумовлені не тільки тим, що він сприяє більш ефективному використанню фінансових ресурсів, а й специфікою грошового обороту, який є об'єктом всієї діяльності банку і на прискорення якого спрямований маркетинг.

У сучасних ринкових умовах саме маркетинг є запорукою успішного функціонування банку. Тільки ретельний аналіз кон'юнктури ринку та виявлення споживчих очікувань дають змогу банку виживати в умовах нестабільного зовнішнього середовища. При цьому комплекс банківського маркетингу повинен будуватися з урахуванням особливостей сучасної ринкової ситуації, співвідноситися з прогнозами зниження споживчої активності. Більше того, саме недосконалість банківської системи була однією з основних причин світової фінансової кризи. Відповідно, банківський маркетинг в сучасних умовах повинен враховувати цей досвід і будуватися на інноваційній базі, що дозволяє уникнути повторення кризових ситуацій у подальшому.

Однією з найбільш нових моделей побудови комплексу маркетингу є модель, в основу якої покладена концепція 5E.

Розглянемо різні підходи до трактування цієї концепції, а також оцінимо можливості і перспективи її застосування на ринку банківських продуктів з позиції сучасних явищ у світовій економіці.

Одне з перших звернень до цієї концепції ми знаходимо в книзі М. Коена [4]. Автор доходить висновку про те, що сучасні маркетингові моделі є застарілими і потребують заміни новими, що відповідають вимогам сьогодення. Зокрема, він пропонує модель побудови маркетингу компанії на базі концепції 5E, яка базується на таких елементах:

– Education – як процес навчання клієнтів компанії;

– Exploration – як процес дослідження, вивчення клієнтської бази;

– Elevation – як процес постійного поліпшення життя клієнтів компанії;

– Entertainment – як процес отримання задоволення від контактів клієнта з компанією;

– Estimation – як процес оцінки, контролю ефективності маркетингових заходів, побудованих на базі попередніх чотирьох E.

Таким чином, маркетингову концепцію М. Коена можна охарактеризувати як максимально клієнтоорієнтовану модель маркетингу. М. Коен стверджує, що актуальність запропонованого ним підходу зумовлена тим, що компанії останнім часом втрачають контакт зі споживачами, орієнтуючись на тра-

диційні маркетингові концепції, які вже не приносять необхідної віддачі. Водночас щодо її застосування в межах банківського ринку можна відзначити властиві їй недоліки, деякі з яких пояснюються її початкової орієнтацією на сегмент роздрібної торгівлі.

Зокрема, слід відзначити, що описана концепція за своїм компонентним складом спрямована на просування продуктів компанії. При цьому вона безпосередньо не зачіпає такі важливі питання, як ціноутворення, аналіз конкурентного середовища, побудова системи маркетингової інформації. У певному сенсі автор сам пояснює таку вузьку спрямованість концепції, називаючи її не «маркетинговою концепцією», а «моделлю брендингу та організації збуту».

Виникає закономірне питання про можливості перенесення основних ідей концепції 5E Коена в маркетингову практику українських банків. Загалом слід відзначити прогресивний характер такого маркетингового підходу, а також актуальність його клієнтської орієнтації для банків. При цьому слід зауважити, що з чотирьох базових компонент концепції (п'яте E – estimation – має більш узагальнюючий характер, ця дія спрямована не стільки на просування продуктів, скільки на управління маркетингом загалом) деякі вже знаходять своє відображення в маркетингових стратегіях окремих банків. Так, деякі банки активно застосовують у процесі просування своїх продуктів (як товарів, так і послуг) таку складову частину концепції, як entertainment. Вони проводять спеціальні акції для своїх нових та постійних клієнтів, розігруючи цінні призи та подарунки серед споживачів банківських продуктів. Причому такі акції носять не поодинокий, а досить регулярний характер. Активне застосування такого підходу до просування банківських продуктів свідчить про те, що така модель просування банківських продуктів є ефективною навіть у період кризових явищ в економіці країни.

Крім того, відзначимо постійне звернення банків до такої складової частини концепції, як elevation. У просуванні банківських продуктів багато банків оперують категорією «покращення життя». Практично кожен банк акцентує увагу клієнтів (це особливо проявляється в рекламних посланнях) на те, що з придбанням його банківських продуктів життя клієнта стане кращим.

Водночас щодо застосування двох інших компонент описаної концепції 5E на ринку банківських продуктів є низка зауважень. По-перше, категорія exploration передбачає постійний моніторинг клієнтської бази, вивчення потенційних споживачів за допомогою проведення маркетингових досліджень на ринку. При цьому подібні дослідження повинні проводитися на всіх рівнях функціонування банку, тобто для банків, які мають велику мережу філій, доцільне проведення таких досліджень у всіх регіонах здійснення банківської діяльності.

Такий процес є досить складним і трудомістким, особливо за умови, що передбачається практично безперервний характер такого дослідження. Для реалізації цієї компоненти в межах комплексу маркетингу банків виникне необхідність істотної перебудови всієї системи управління банком.

Якщо ж говорити про останню, але не менш важливу компоненту концепції education (навчання), то слід зауважити, що певний досвід інтеграції цієї компоненти в маркетингові процеси на банківському ринку є. Правда, це досвід аж ніяк не українських, а іноземних банків. Так, Citi Bank інвестує кошти в підвищення фінансової грамотності населення.

При цьому відзначимо, що такі заходи носять для банку двоїстий характер. Черезте, що в процесі їх реалізації активно не використовується фірмова символіка банку, не проводиться реклама банківських послуг цього банку, можна говорити про дійсну соціальну орієнтацію таких акцій. Але при цьому передбачається, що підвищення загального рівня фінансової грамотності населення сприяє підвищенню у клієнтів інтересу до банківських продуктів, що буде стимулом до відвідування банку.

Тобто передбачається, що навчання населення формує відкладений попит на банківські продукти. Водночас у банку відсутні гарантії того, що клієнтський попит буде спрямований саме на банківські продукти цього банку. Тому ефективність таких інвестицій може виявитися невисокою, що ускладнює застосування цієї компоненти концепції 5E в сучасних умовах.

Підсумовуючи все вищесказане, зазначимо, що описана концепція М. Коена 5E є перспективною з погляду її застосування в маркетинговій практиці українських банків, водночас її застосування може бути обмежене об'єктивними причинами: її переважна орієнтація на просування продуктів компанії, кардинальний відхід від традиційних маркетингових концепцій (наприклад, концепції 4P).

Висловлювані окремими авторами припущення про те, що консервативні маркетингові концепції ведуть банківський ринок «у глухий кут», є досить спірними. Так, слід зазначити, що товарна політика (product) включає не тільки стандартний набір банківських продуктів конкретного банку, а й асортиментну політику, тобто розподіл банківських продуктів у межах різних регіональних ринків. Тому для великих банків із великою філіальною мережею доцільно розділяти реалізацію маркетингової стратегії на різних рівнях: державному та місцевому. І якщо стосовно державного ринку твердження про те, що «поняття продукту як конкурентної переваги» поступово відходить, то на місцевих ринках такий параметр маркетингової стратегії залишається актуальним.

Однак хотілося б звернутися до іншого боку цієї проблеми. Концептуальні підходи в маркетингу знайшли зараз настільки широке поширення, що

їх необхідність не викликає заперечень. Проте слід зауважити, що застосування різних маркетингових концепцій пов'язане з певними труднощами. Так, наприклад, є проблеми інтеграції концепцій маркетингу і системи управління компанією загалом.

З цього погляду видається більш доцільною побудова єдиного концептуального базису для всієї діяльності компанії (причому останнє зауваження поширюється за межі банківського ринку).

У зв'язку з цим видається необхідним звернення до ще однієї концепції, що має аналогічну абревіатуру в її написанні – концепції інжинірингу 5E. Однак ця концепція ширша, ніж концепція 5E М. Коена, оскільки орієнтована не на маркетинг компанії, а на інжинірингові процеси. Тобто ця концепція передбачає, що загалом функціонування компанії має будуватися на інноваційних підходах, будь то маркетинг, виробництво або система управління. Її основними компонентами є:

1. Education – навчання;
2. Evolution – еволюціонування;
3. Excellence – перевага;
4. Entrepreneurship – підприємництво;
5. Experience – досвід.

Насамперед звертає на себе увагу збіг окремих смислових компонент описаних концепцій. По-перше, це education, навчання як одна з головних складових частин успіху компанії. Однак у межах інжинірингових процесів розуміння «навчання» виявляється значно ширшим, оскільки не обмежується навчанням клієнтів, це також і внутрішні процеси навчання.

Крім того, необхідно відзначити схожість розуміння термінів estimation і excellence авторами розглянутих концепцій. Так, у межах роботи Коена під estimation розуміється оцінка успішності, ефективності компанії. Одночасно концепція інжинірингу 5E говорить про excellence як про перевагу над конкурентами, пропозиції «кращого продукту» (excellent product) як про можливість досягти максимальної ефективності компанії.

Більш того, концепція інжинірингу 5E виявляється також цілком можливою щодо застосування в межах українського банківського ринку. Її цінність полягає в підході до компанії, зокрема до банку, як до підприємницької одиниці (entrepreneurship).

Такий підхід споконвічно ставить банк в умови невизначеності, наділяє ризиками, які спочатку притаманні ринковому середовищі, в якому банки функціонують, але якими в період відносної стабільності керуючі банків вважають за краще нехтувати. Виходячи з цього, ми визначаємо значну цінність

Рис. 1. Модель інтеграції маркетингової і інжинірингової концепції 5E в єдину модель управління банком

цього підходу саме в сучасних умовах, у ситуації, коли ринок банківських продуктів України не можна назвати стабільним, коли банківська діяльність максимально наближена до підприємницької.

При цьому концепція пропонує вирішення проблеми підприємницької невизначеності, протиставляючи їй банк, який є не статичною, а динамічною компанією. Щоб вижити в складних конкурентних умовах, він повинен еволюціонувати, спираючись на свій попередній досвід.

Таким чином, можна помітити, що обидві концепції дивляться на проблему функціонування компанії на ринку тільки з різних позицій: М. Коен – із більш спеціальних позицій, з позицій маркетингу; концепція інжинірингу 5E – ширше, з позицій можливості побудови ефективного бізнесу загалом. Тому авторам видається можливою інтеграція описаних концепцій в єдину модель управління, яка застосовується на банківському ринку України. При цьому базисною буде концептуальна модель інжинірингу 5E, а концепція 5E М. Коена повинна бути інтегрована в її склад як одна з ключових складових частин. Сукупна модель 5E для ринку банківських продуктів України може бути наведена таким чином (рис. 1).

За рахунок такої інтеграції можна позбутися від зазначених вище недоліків моделі Коена стосовно ринку банківських продуктів. По-перше, інтеграція дозволяє по-іншому поглянути на процеси навчання в банку: не тільки як на засіб впливу на потенційних клієнтів, але і як на якісну характеристику внутрішнього розвитку банку. По-друге, таке об'єднання розширює уявлення про компоненту exploration, оскільки у цьому разі дослідження не обмежується вивченням споживчих переваг. Банкам слід аналізувати загальний відгук ринку на їхню діяльність, на їхню еволюцію, що відбивається в сукупності показників ефективності (estimation of excellence).

Таким чином, загальним висновком проведеного аналізу є сукупна модель управління банківською діяльністю. Її перевагою є велика адаптивна здатність системи, оскільки єдність підходів під час побудови маркетингових стратегій і всієї системи управління компанії дозволяє їй більш динамічно і гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Висновки з проведеного дослідження. На основі викладеного матеріалу можна зробити такі висновки.

Сукупна модель управління банківською діяльністю не виділяє маркетингові процеси з єдиної системи управління, а інтегрує маркетингову модель в систему управління на підставі єдності принципів і підходів до організації діяльності в банку.

Інноваційність підходу полягає у віднесенні банківської діяльності до категорії підприємництва, визнання ризиків, що загрожують банку в сучасних умовах, і побудові моделі, що враховує ці ризики і націлена на протидію їм.

Запропонована модель є актуальною та ефективною в сучасних умовах, може бути чинником протидії ринкових ризиків і результативно застосовуватися в межах управління банківською діяльністю, одночасно стимулюючи розвиток маркетингової активності банків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ведяхин А.А. Пять «Е» современного банковского маркетинга. *Банковское дело.* 2008. № 3. С.6–9.

2. Дружинин А.И. Взаимодействие планирования и маркетинга в управлении банками. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 5. URL: http://www.mavriz.ru/articles/2006/5/4473.html (дата звернення: 20.12.2019).

3. Коэн М. 5E против 4P. Как «законтачить» с покупателем. Индустрия рекламы. 2006. № 15. URL: https://adindustry.ru/doc/377 (дата звернення: 18.12.2019).

4. Коэн М. Почему покупатели делают это. Москва : Эксмо, 2008. 192 с.

5. Modern TRIZ Academy International. URL: http://www.easytriz.com/_ru/index.htm (дата звернення: 15.12.2019).

6. Ткачук В.О. Маркетинг у банку: навчальний посібник. Тернопіль : ТАЙП, 2010. 270 с.

REFERENCES:

1. Vediakhyn A.A. (2008) Piat «E» sovremennoho bankovskoho marketynha [Five "E" of modern banking marketing]. *Bankovskoe Delo.* № 3. (in Russian)

2. Druzhynin A.I. (2006) Vzaimodejstvie planirovaniya i marketinga v upravlenii bankami [The interaction of planning and marketing in bank management] *Marketing v Rossii i za rubezhom.* № 5. URL: http://www.mavriz.ru/articles/2006/5/4473.html. (in Russian)

3. Cohen M. (2006) 5E protiv 4P [5E vs 4P]. *Industriya reklamy.* № 15. URL: https://adindustry.ru/doc/377

4. Cohen M. (2008) Pochemu pokupateli delayut e`to [Why are shoppers doing this?]. Moscow: EKSMO. (in Russian)

5. Modern TRIZ Academy International: Official site of MTRIZ Academy International. URL: http://www.easytriz.com/_ru/index.htm

6. Tkachuk V.O. (2010) Marketing u banku: navchaljnyj posibnyk. Ternopil: TAIP.

Kovalenko Olha
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University
Khaidarova Tetiana
Senior Instructor at Department of Marketing
National Aviation University
Sabirova Indira
Senior Instructor at Department of Marketing
National Aviation University

SOME ASPECTS OF INTEGRATING 5E MARKETING AND ENGINEERING CONCEPT INTO THE UNITED BANK MANAGEMENT MODEL

The market of banking services differs from other markets by the peculiarities of relations between its subjects, the role of state regulation on it, and as the most important, the market of banking products is distinguished by the specificity of its market relations object, which is banking products and services.

The purpose of the article is to investigate approaches to defining features of marketing management in banking, as well as to portray it as one of types among marketing branches.

In the conditions of dynamic and often contradictory changes of the modern Ukrainian banking market, it is desired for each bank to reach maximum requests fulfillment among existing and potential clients on mutually beneficial conditions. Successful achievement of this goal is possible only based on integrated marketing tools use, which objectively requires a comprehensive study of all theoretical and practical aspects of marketing in banking.

The specificity of banking products is reflected in the features of banking management process, and in marketing in banking particularly.

In current market conditions, marketing is the key to successful operation of the bank. Only a careful analysis of the market conditions and the identification of consumers' expectations allow the bank to survive in the unstable environment. The marketing master plan for banking should be built with consideration of the peculiarities of the current market situation, as well as correlate with the forecasts of consumers' activity decline. Moreover, exactly the imperfection of the banking system was among the main causes of the global financial crisis. Accordingly, this experience should be taken into account for modern conditions marketing in banking. So marketing in banking should be built on an innovative basis in order to avoid recurrence of crisis situation in the future.

One of the newest models for the marketing master plan is the model based on 5E concept, which includes the following elements:

Education – as a process of company's clients training;

Exploration – as a process of client base research and study;

Elevation – as a process of continuous improvement of company's clients' lives;

Entertainment – as a process of customers getting pleasure from contacts with the company;

Estimation – as a process of evaluating and efficiency control of marketing activities built on the above four elements.

The concept is promising if applied in the marketing practice of Ukrainian banks. Its value lies in approaching to the company, a bank in particular, as to a unit of entrepreneurship.

This approach puts the bank in uncertainty and exposes to the risks of the market's environment in which the banks operate. But the concept also offers a solution to the problem of entrepreneurial uncertainty by treating the bank as a dynamic company inspite of static one. To survive in the challenging competitive conditions, it must evolve based on its previous experience.

The proposed concept is based on 5E conceptual engineering model, and 5E concept 5E of M. Cohen is integrated into its composition as one of the key components. Through such integration it is possible to get rid of the mentioned shortcomings of Cohen's model for the market of banking products. First of all, integration allows you to take a different look at the bank's learning processes, approaching them not only as means of influencing potential customers, but also as a qualitative characteristic of the bank's internal development. Secondly, such unification improves understanding of exploration as one of components, which allows not to limit the research to a study of consumer preferences. Banks should analyze the overall market response to their operations and evolution, which is reflected in the aggregation of performance indicators (estimation of excellence). Its advantage is the large adaptive capacity of the system, as the unity of approaches in the construction of marketing strategies and the entire management system of the company allows it to respond to changes in the environment in a more dynamic and flexible way. The proposed model is relevant and effective in modern conditions. It can be used as means to counteract the market risks and effectively applied in banking management, as well as stimulating the development of banks' marketing activities.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

FOREIGN ECONOMIC ASPECTS OF FUNCTIONING OF PROCESSING INDUSTRY IN THE TRANSCARPATHIAN REGION

УДК 332.1;338.001.36
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-43

Созанський Л.Й.
к.е.н., старший науковий співробітник відділу проблем реального сектора економіки регіонів
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього Національної академії наук України»

У статті проведено оцінку особливостей зовнішньої торгівлі виробництв переробної промисловості Закарпатської області. Визначено, що економіка цього регіону має найвищий в Україні рівень експортоорієнтованості та імпортозалежності. Особливістю зовнішньоекономічної діяльності виробництв переробної промисловості у цій області є високий рівень використання толінгових операцій. У структурі товарного експорту Закарпатської області понад 80% займає готова продукція, виготовлена на основі давальницької сировини, тоді як в Україні цей показник становить менше 10%. Окрім того, продукція машинобудування, що експортується із Закарпатської області, на понад 99% забезпечується толінговими операціями. Підкреслено, що активізація і підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням розглянутих особливостей є одним з основних напрямів поліпшення соціально-економічного становища в регіоні.

Ключові слова: *товарний експорт і імпорт, переробна промисловість, толінгові операції.*

В статье проведена оценка особенностей внешней торговли производств перерабатывающей промышленности Закарпатской области. Определено, что экономика этого региона имеет самый высокий в Украине уровень експортоориентированности и импортозависимости. Особенностью внешнеэкономической деятельности производств перерабатывающей промышленности в этой области является высокий уровень использования толлинговых операций. В структуре товарного экспорта Закарпатской области более 80% занимает готовая продукция, изготовленная на основе давальческого сырья, тогда как в Украине этот показатель составляет менее 10%. Кроме того, продукция машиностроения, экспортируемая из Закарпатской области, на 99% обеспечивается толлинговыми операциями. Подчеркнуто, что активизация и повышение эффективности внешнеэкономической деятельности с учетом рассмотренных особенностей является одним из основных направлений улучшения социально-экономического положения в регионе.

Ключевые слова: *товарный экспорт и импорт, перерабатывающая промышленность, толлинговые операции.*

The article assesses the tendencies and features of foreign trade in manufacturing in the Zakarpattia region. The results of the study are based on a comparative inter-regional assessment of the Zakarpattia region in terms of: level of export and import orientation; structures of commodity exports and imports; shares of finished goods made from raw materials for export of goods. Based on the results of the study, it is determined that the economy of the Zakarpattia region has the highest level of export in Ukraine (the share of exports in output exceeds 55%) and import dependency (the share of imports in general consumption is 50%). In the geographical structure of commodity exports of the region more than 95% are EU countries, which is the highest indicator among the regions of Ukraine. Significant role in the foreign economic activity of the Zakarpattia region is played by neighboring EU countries, first of all Hungary, which accounts for more than 56% of the region's commodity exports. The main industrial activity in the region is the processing industry, which provides more than 80% of output of the industrial sector of the economy and forms the basis of commodity exports in this area. A key feature of the foreign economic activity of the manufacturing industries of the Zakarpattia region is the high level of use of tolling operations. In the structure of commodity exports of the Zakarpattia region, more than 80% is occupied by finished goods made on the basis of toll, while in Ukraine this figure is less than 10%. The highest proportion of finished goods made from raw materials for raw materials is contained in the product groups that form the basis of regional commodity exports: XVI. Machines, equipment and mechanisms; electrical equipment (99.55%); XI. Textile materials and textiles (99.62%); XX. Miscellaneous manufactured goods (73.76%). Hungary is the main consumer of finished goods made from tolling raw materials in the Zakarpattia region. According to the results of the study, conclusions were drawn regarding the impact of using tolling operations on the socio-economic development of the region.

Key words: *commodity export and import, processing industry, tolling operations.*

Постановка проблеми. Вигідне географічне розташування Закарпатської області, сприятливі природно-кліматичні умови, значний природно-рекреаційний потенціал, а також ментальні особливості населення та їх форми господарювання у сукупності сформували ключову особливість цього регіону – високу (із тенденцією до подальшого динамічного зростання) зовнішньоекономічну орієнтованість його економіки. Це зумовлює необхідність проведення прикладних досліджень, спрямованих на виявлення особливостей, закономірностей і тенденцій зовнішньоекономічного розвитку цього регіону. Значної актуальності набувають ці питання у період глобальних та регіональних економічних змін та з урахуванням географічного сусідства Закарпатської області з чотирма країнами Європейського Союзу: Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією. Комплексні аналітичні дослідження є необхідним підґрунтям для визначення ключових напрямів соціально-економічного розвитку регіону і формування регіональних та національних програм і стратегій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, тенденції соціального й економічного розвитку Закарпатської області розглянуто у [1–6]. У цих та інших дослідженнях піднімаються проблеми зайнятості, ефективного та спільного використання природних ресурсів, поліпшення добробуту та людського капіталу, економічної безпеки та транскордонної співпраці у цьому регіоні. Водночас одним із ключових та фундаментальних чинників вирішення цих питань у Закарпатській

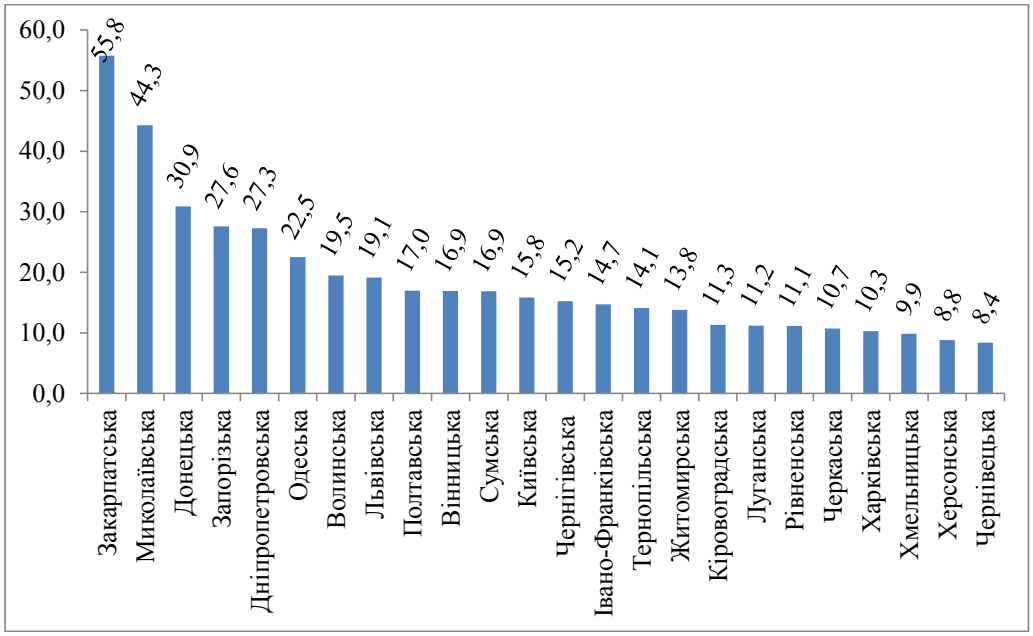


Рис. 1. Частка експорту товарів і послуг у випуску регіонів України у 2017 р., %

Джерело: розраховано за даними [7]

області є розвиток та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності виробництв переробної промисловості регіону.

Постановка завдання. Метою дослідження є проведення оцінки зовнішньоекономічної діяльності виробництв переробної промисловості Закарпатської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значним чинником соціально-економічного розвитку Закарпатської області є зовнішньоекономічна діяльність, зокрема тенденції товарного експорту й імпорту. Це підтверджує найвища в Україні експортоорієнтованість цього регіону.

Так, частка експорту у випуску Закарпатської області у 2017 р. становила 55,77% (проти 29,74% у 2013 р.) (рис. 1), що у 2,7 рази вище, ніж у середньому в регіонах України.

Активна зовнішньоекономічна діяльність визначає структуру економіки Закарпатської області, в якій домінує промисловість із часткою 27,56% у загальному випуску (у 2017 р.). Основним видом промислової діяльності у регіоні є *переробна промисловість*, яка забезпечує понад 80% випуску промислового сектору економіки. Також переробна промисловість формує основу товарного експорту цього регіону.

Структура випуску переробної промисловості Закарпатської області суттєво відрізняється від української загалом. Так, у ній понад 50% припадає на продукцію машинобудування та майже по 9% – на текстильні і деревообробні виробництва, тоді як в Україні домінують виробництво харчових продуктів і металургійне виробництво (табл. 1).

Таблиця 1

Структура випуску переробної промисловості у 2018 р. (у розрізі основних виробництв), %

Виробництва переробної промисловості	Закарпатська область	Україна
Машинобудування	53,47	11,12
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	9,57	30,81
Виготовлення виробів із деревини, паперу та поліграфічна діяльність	8,81	5,25
Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	8,71	1,47
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	7,97	4,19
Виробництво ґумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції	2,71	8,05
Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів	0,89	28,34

Джерело: розраховано за даними [7]

Структура випуску переробної промисловості визначає структуру товарного експорту Закарпатської області, в якій найбільші частки займає продукція чотирьох товарних груп: XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (60,84% у 2018 р.); IX. Деревина і вироби з деревини (8,26%); XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби (8,13%); XX. Різні промислові товари (7,94%).

Закарпатська область є беззаперечним лідером серед регіонів України за експортом продукції машинобудування: її частка у вітчизняному експорті товарів XVI групи у 2018 р. становила 24,09% (проти 14,84% у 2012-му). Окрім того, область займає друге місце за обсягами експорту продукції XX і XI товарних груп (із частками 18,54% і 16,85% у відповідній структурі) та третє місце – за обсягами експорту продукції IX товарної групи (10,26%) [5].

Зовнішньоекономічна діяльність Закарпатської області повністю зорієнтована на ринок Європейського Союзу (ЄС). У 2018 р. на країни ЄС припадало 95,5% товарного експорту цього регіону, тоді як у середньому в регіонах України – лише 42,6% (рис. 2).

Ключову роль у зовнішньоекономічній діяльності Закарпатської області відіграють сусідні країни ЄС, передусім Угорщина, на яку в 2018 р. припадало 56,1% товарного експорту регіону (рис. 3). Область забезпечила 56,5% українського експорту до Угорщини, який загалом становив 1 646,3 млн дол. США. Словаччина, Польща і Румунія входять до ТОП-8 імпортерів продукції із Закарпатської області.

Ключовою особливістю товарного експорту Закарпатської області є те, що у ньому понад 80% займає готова продукція, виготовлена на основі давальницької сировини, тоді як в Україні цей показник становить менше 10% (табл. 2). В інших областях Західного регіону значення цього показника не перевищує 60%. Зокрема, у Волинській області частка продукції із давальницької сировини у структурі товарного експорту становить >37%, Рівненській – >9%, Івано-Франківській – >25%, а у Львівській – близько 50%.

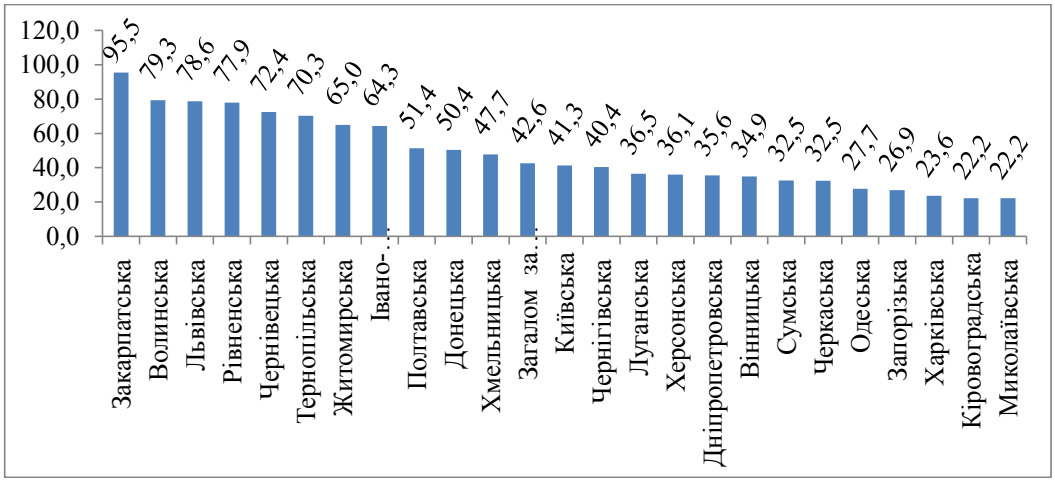


Рис. 2. Частка торгівлі з країнами ЄС у товарному експорті регіонів України у 2018 р., %

Джерело: розраховано за даними [7]

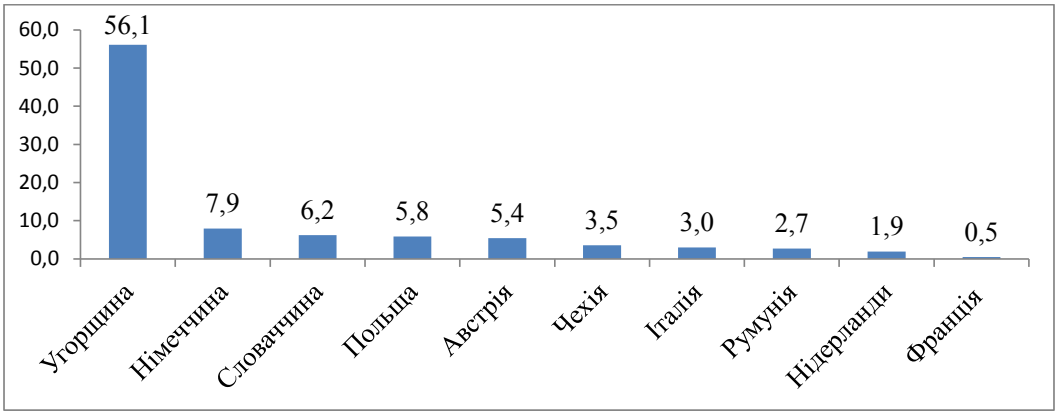


Рис. 3. Географічна структура експорту товарів із Закарпатської області у 2018 р. (ТОП-10), %

Джерело: розраховано за даними [7]

Таблиця 2

Частка готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини, у товарному експорті (за основними товарними групами), %

Товарна група	Закарпатська область				Україна		
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017
Всього	**80,38**	**79,25**	**80,21**	**81,57**	**8,90**	**9,51**	**9,83**
VI. Продукція хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості	34,32	58,83	85,11	84,36	19,86	25,45	31,73
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	91,99	92,23	92,84	93,68	19,22	15,90	11,52
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичищена	99,59	99,83	99,75	99,98	47,94	55,49	57,00
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	36,47	28,90	71,68	43,32	27,09	26,04	10,58
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	99,39	99,32	99,64	99,62	76,45	79,24	76,05
XII. Взуття, головні убори, парасольки	99,61	99,55	99,64	96,89	80,72	79,1	77,74
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	8,91	5,28	7,45	11,19	2,00	3,39	3,08
XIV. Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	89,74	89,71	22,11	48,88	8,05	16,06	12,60
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	38,52	39,94	40,83	41,80	3,22	2,88	2,31
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	98,58	99,02	99,20	99,55	35,67	43,12	45,84
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	84,80	81,54	91,70	89,94	4,45	3,23	35,43
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	6,87	16,03	54,34	62,55	0,77	1,19	2,75
XX. Різні промислові товари	64,05	68,29	72,87	73,76	33,17	40,44	42,73

Джерело: розраховано за даними [7]

Найвища частка готової продукції, виготовленої з давальницької сировини, міститься у товарних групах, які становлять основу товарного експорту регіону: XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (99,55%); XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби (99,62%); XX. Різні промислові товари (73,76%).

Основним споживачем готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини у Закарпатській області, є Угорщина. У 2018 р. до цієї країни експортовано 63,2% такої продукції (рис. 4). Переважно це продукція машинобудування, зокрема електричні машини, а також взуття і одяг. Окрім Угорщини, вагомими споживачами готової продукції, виготовленої з давальницької сировини у Закарпатській області, є країни – сусіди регіону – Словаччина, Польща і Румунія.

Висока частка толінгових операцій у діяльності промислових підприємств регіону є основною причиною найвищого в Україні рівня не лише експорто-, а й імпортоорієнтованості економіки Закарпатської області. Так, попри домінування промисловості (зокрем а, переробної), економіка регіону суттєво залежить від імпорту готової продукції, сировини і матеріалів, комплектуючих та основного капіталу. Це ілюструє *показник частки*

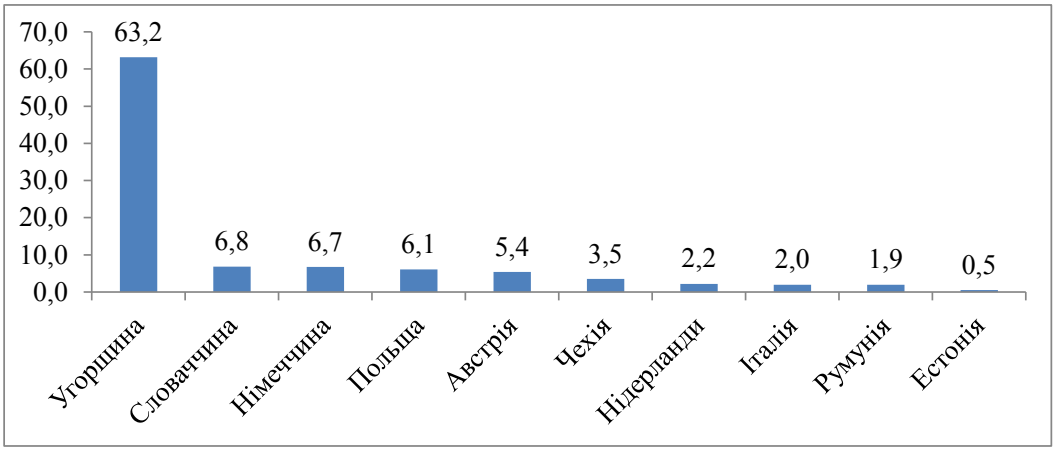


Рис. 4. ТОП-10 імпортерів готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини у Закарпатській області, у 2018 р., %

Джерело: розраховано за даними [7]

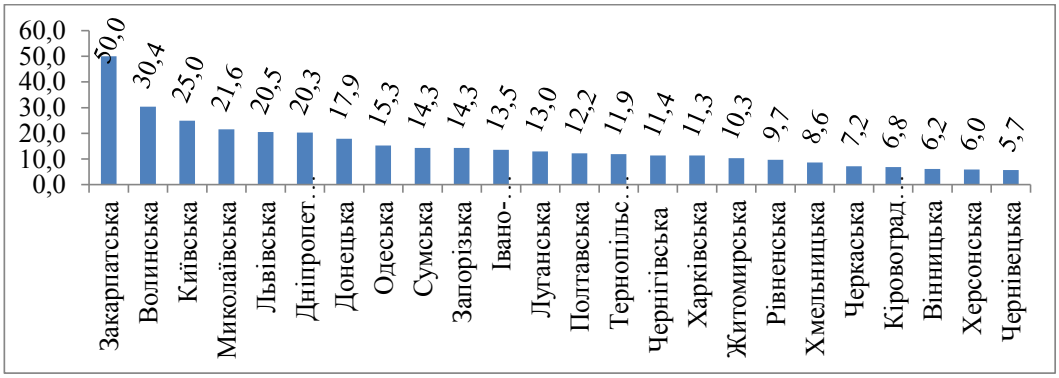


Рис. 5. Частка імпорту у загальному споживанні регіонів України, %

Джерело: розраховано за даними [7]

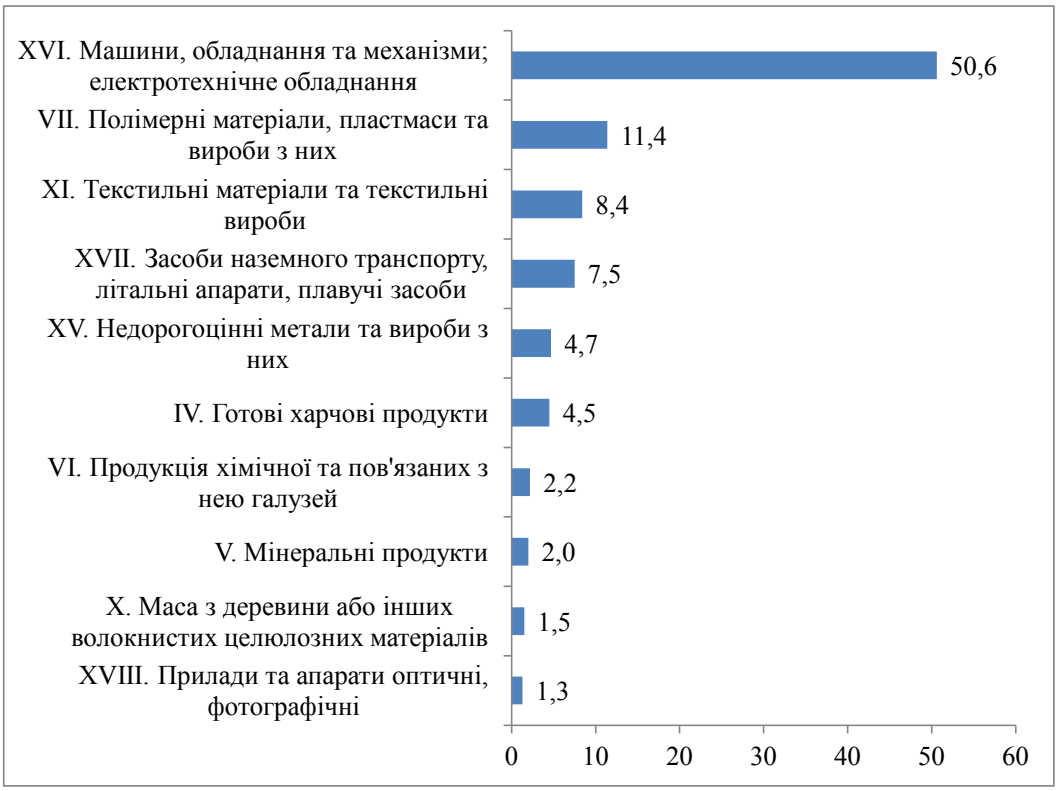


Рис. 6. Частка найвагоміших товарних груп у товарному імпорті Закарпатської області у 2018 р., %

Джерело: розраховано за даними [7]

імпорту у загальному споживанні[1]. Значення цього показника у Закарпатській області у 2017 р. становило 50%, що майже на 20 в. п. перевищило значення показника у Волинській області, економіка якої теж є імпортоорієнтованою (рис. 5).

У структурі товарного імпорту (як і експорту) Закарпатської області найвищу частку займає група XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання. У 2018 р. на цю групу припадало 50,6% (проти 34,6% у 2013 р.) товарного імпорту регіону (рис. 6). Порівняно з 2013 р. у товарному імпорті регіону майже вдвічі збільшилася частка продукції групи VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – із 5,5% до 11,4%.

У географічній структурі товарного імпорту регіону домінує продукція з країн ЄС, на яку в 2018 р. припало 61,3%. За цим показником Закарпатська область поступалася тільки Тернопільській і Львівській областям – на 15,2 і 1,5 в. п. відповідно (рис. 7).

Основними експортерами товарів у Закарпатську область є Китай, Німеччина, Угорщина і Чехія. У 2018 р. на ці країни сумарно припало 50,5% товарного імпорту регіону (рис. 8). У ТОП-10 експортерів продукції в область також увійшли країни-

[1] Загальне споживання = Випуск товарів і послуг + Імпорт товарів і послуг – Експорт товарів і послуг.

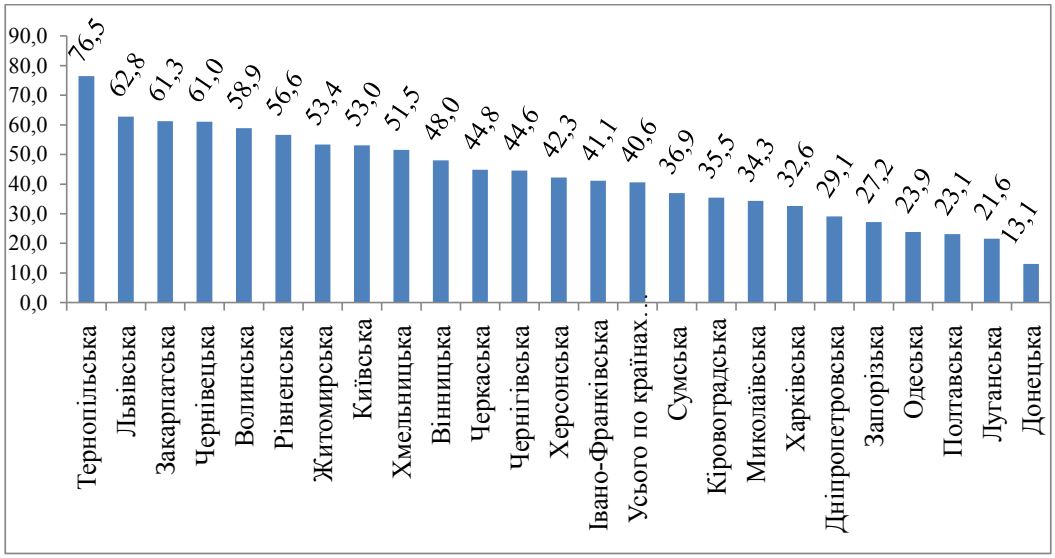


Рис. 7. Частка країн ЄС у товарному імпорті регіонів України у 2018 р., %

Джерело: розраховано за даними [7]

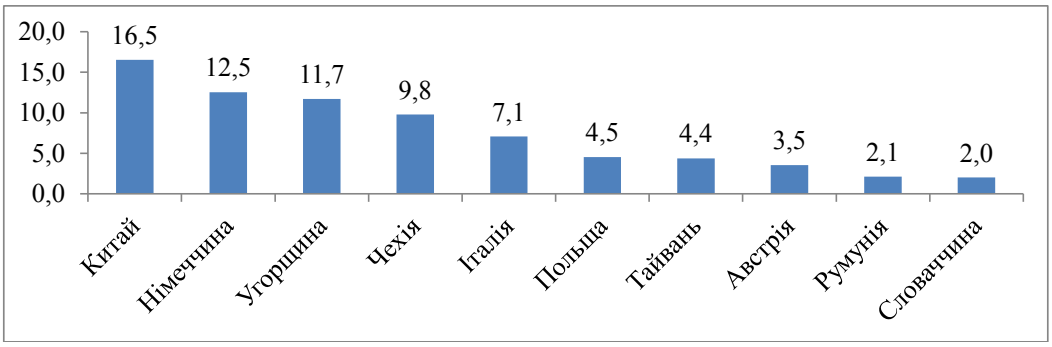


Рис. 8. ТОП-10 країн – експортерів товарів у Закарпатську область у 2018 році, %

Джерело: розраховано за даними [7]

сусіди: Польща, Румунія і Словаччина із сумарною часткою 8,6%.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи результати дослідження, можна констатувати, що визначальною особливістю економіки Закарпатської області є високий рівень її експорто- та імпортоорієнтованості. Ця особливість зумовлена прикордонним розташуванням регіону, а отже, сприяє поглибленню інтеграційних зв'язків, передусім із країнами ЄС. Оскільки зовнішньоекономічна діяльність є ключовою конкурентною перевагою Закарпатської області, саме (і лише) її активізація спроможна забезпечити поліпшення соціально-економічного становища в регіоні. Водночас особливістю товарного експорту Закарпатської області є те, що у ньому понад 80% займає готова продукція, виготовлена на основі давальницької сировини. За давальницькими схемами у Закарпатській області працюють третина машинобудівних підприємств та переважна більшість підприємств легкої промисловості. Вони все більше залежать від зарубіжних партнерів, що, своєю чергою, стримує розвиток вітчизняних підприємств, які спеціалізуються на виробництві сировинної продукції. З іншого боку, функціонування підприємств на основі давальницької сировини потенційно має позитивний вплив на соціально-економічний розвиток регіону, оскільки сприяє:

– створенню нових робочих місць;

– розвитку суміжних видів економічної діяльності (будівництва, транспорту, сфери послуг та ін.);

– поглибленню виробничо-коопераційних зв'язків;

– розбудові виробничої та соціальної інфраструктури;

– підвищенню професійної кваліфікації управлінських та виробничих кадрів;

– зростанню купівельної спроможності та рівня добробуту населення.

Таким чином, перспективним напрямом дослідження є аналітичне обґрунтування економіко-правових інструментів підвищення соціально-економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності Закарпатської області.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія розвитку Закарпатської області на період до 2020 року / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України ; Державний фонд регіонального розвитку. URL: http://dfrr.minregion.gov.ua/foto/projt_reg_info_norm/2015/05/Strategiya.pdf (дата звернення: 25.11.2019).

2. Українсько-угорське прикордоння: можливості та перспективи розвитку в контексті європейських інтеграційних процесів / Г.П. Підгрушний та ін. *Український географічний журнал*. 2017. № 4. С. 20–30. URL: https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/ugj-2017-4-20-30.pdf (дата звернення: 25.11.2019).

3. Панько М.В. Проблеми та перспективи розвитку соціальної складової структури економіки Закарпатської області. *Економічний аналіз*. 2014. Т.18(1). С.177–182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_18%281%29__26 (дата звернення: 25.11.2019).

4. Оцінка стану економічної безпеки та зайнятості населення Закарпатської області в умовах євроінтеграційних процесів / В.Ф. Проскура та ін. *Економіка та суспільство*. 2016. № 7. С. 573–581. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/97.pdf (дата звернення: 26.11.2019).

5. Територіальний розвиток і регіональна політика: Регіональні економічні тренди та детермінанти регіональної політики : наукова доповідь / наук. ред. І.З. Сторонянська. Львів, 2019. С. 79–80. URL: http://ird.gov.ua/irdp/p20190033.pdf (дата звернення: 26.11.2019).

6. Созанський Л.Й. Соціально-економічний розвиток Закарпатської області: міжрегіональні і транскордонні порівняння. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. Вип. 3(137). С. 30–36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2019_3_7 (дата звернення: 26.11.2019).

7. Регіональна статистика / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sestr.htm (дата звернення: 26.11.2019).

REFERENCES:

1. Ministry of Regional Development, Construction and Housing and Communal Services of Ukraine. State Fund for Regional Development (2019) Stratehiya rozvytku Zakarpat·s'koyi oblasti na period do 2020 roku [Strategy of development of Transcarpathian region for the period till 2020]. Available at: http://dfrr.minregion.gov.ua/foto/projt_reg_info_norm/2015/05/Strategiya.pdf (accessed 25 November 2019).

2. Pidhrushnyy H. P., Koval, K. P., Molnar, Yo. Yo., & Homoki, E. (2017) Ukrayins'ko-uhors'ke prykordonnya: mozhlyvosti ta perspektyvy rozvytku v konteksti yevropeys'kykh intehratsiynykh protsesiv [Ukrainian-Hungarian borderland: opportunities and prospects of development in the context of European integration processes]. *Ukrayins'kyy heohrafichnyy zhurnal – Ukrainian Geographic Magazine*. Available at: https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/ugj-2017-4-20-30.pdf (accessed 25 November 2019).

3. Panko M. V. (2014) Problemy ta perspektyvy rozvytku sotsial'noyi skladovoyi struktury ekonomiky Zakarpat·s'koyi oblasti [Problems and prospects of development of the social component of the economic structure of the Transcarpathian region]. *Ekonomichnyy analiz – Economic analysis*. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_18%281%29__26 (accessed 25 November 2019).

4. Proskura, V. F., Maksiutova O. V., & Maksiutova-Hreshkulych, D. V. (2016) Otsinka stanu ekonomichnoyi bezpeky ta zaynyatosti naselennya Zakarpat·s'koyi oblasti v umovakh yevrointehratsiynykh protsesiv [Assessment of the state of economic security and employment of the population of transcarpathian region under integration processes]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economics and Society*. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/97.pdf (accessed 26 November 2019).

5. Storonyanska, I. Z. (Ed.) (2019) Terytorial'nyy rozvytok i rehional'na polityka: Rehional'ni ekonomichni trendy ta determinanty rehional'noyi polityky *[Territorial Development and Regional Policy: Regional Economic Trends and Determinants of Regional Policy]*. (Scientific report). Pp. 79–80. Lviv: Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine. Series: Problems of regional development. Available at: http://ird.gov.ua/irdp/p20190033.pdf (accessed 26 November 2019).

6. Sozanskyy, L. Y. (2019) Sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok Zakarpats'koyi oblasti: mizhrehional'ni i transkordonni porivnyannya [Socio-economic development of the Transcarpathian region: cross-regional and cross-border comparisons]. In *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrayiny [Socio-Economic Problems of the Modern Period of Ukraine]*: Vol. 137(3), pp. 30–36. Lviv: Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2019_3_7 (accessed 26 November 2019).

7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2019) Rehional'na statystyka [Regional statistics]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sestr.htm (accessed 26 November 2019).

Sozanskyy Lyubomyr
Candidate of Economic Sciences,
Senior Researcher at Department of Problems of Real Sector
of Economy of Regions
State Institution «Institute of Regional Research named after
M.I. Dolishniy of the National Academy of Sciences of Ukraine»

FOREIGN ECONOMIC ASPECTS OF FUNCTIONING OF PROCESSING INDUSTRY IN THE TRANSCARPATHIAN REGION

The purpose of the article. The Transcarpathian region is a unique region of Ukraine, especially in view of its geographical location, natural and climatic conditions, and national composition of the population. The main industrial activity in the region is manufacturing, which accounts for over 80% of the output of the industrial sector of the economy and forms the basis of commodity exports in this area. Thus, the purpose of the article is to conduct an assessment of the foreign economic activity of manufacturing industries in the Transcarpathian region.

Methodology. The study uses a set of methods of economic analysis and indicators that characterize the foreign economic activity of manufacturing industries in the region. In particular, the results of the study are based on a comparative inter-regional assessment using indicators of: level of export and import orientation; structures of commodity exports and imports; finished product parts made from raw materials for commodity exports.

Results. The defining feature of the economy of the Transcarpathian region is its high level of export and import orientation. This feature is due to the border location of the region, and therefore contributes to the deepening of integration ties, especially with EU countries. As foreign economic activity is a key competitive advantage of the Transcarpathian region, it is (and only) its activation that can ensure improvement of socio-economic situation in the region. At the same time, the peculiarity of the commodity export of the Transcarpathian region is that it contains more than 80% of finished products made on the basis of toll. According to toll schemes in the Transcarpathian region, one third of machine-building enterprises and the vast majority of light industry enterprises operate. They are increasingly dependent on foreign partners, which in turn impedes the development of domestic enterprises specializing in the production of raw materials. On the other hand, the operation of enterprises on the basis of giving raw materials potentially has a positive impact on the socio-economic development of the region, as it contributes to: the creation of new jobs; development of related economic activities (construction, transport, services, etc.); deepening industrial and cooperative relations; development of industrial and social infrastructure; improvement of professional qualification of management and production personnel; increase in purchasing power and welfare level of the population.

Practical implications. Information and analytical information on foreign economic aspects of the functioning of manufacturing in Transcarpathian region can serve as a rationale and platform for determining the strategic directions of socio-economic development of the region, and used in the development of appropriate strategies and programs.

Value / originality. Using the original analytical approach, key foreign economic features of the functioning of the manufacturing industries of the region were identified. First of all, it is high export orientation and import dependency and high level of use of tolling operations.

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОДЕЛІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ СКЛАДНИК СТАЛОГО АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

ORGANIZATIONAL MODELS OF LAND USE AS AN IMPORTANT COMPONENT OF SUSTAINABLE AGRICULTURAL PRODUCTION

УДК 332.334.4
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-44

Макарова В.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу та логістики
Сумський національний аграрний університет
Михайлов А.М.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет

У статті проаналізовано сутність організації сталого землекористування й охорони земельних ресурсів у контексті зміни свідомості землевласників та землекористувачів щодо земельних об'єктів. Проаналізовано сутність повного та обмеженого права володіння землею, особливості їхнього функціонування. Досліджено структуру системи сільськогосподарського землекористування і простежено організаційні взаємозв'язки та відносини між учасниками аграрного виробництва у контексті збереження продуктивних властивостей земель сільськогосподарського призначення. Охарактеризовані загальні моделі використання земель, виходячи з еколого-економічних інтересів учасників земельних відносин. Досліджено перспективи та потенційні небезпеки в екологічній та економічній сферах рентних відносин. Надано пропозиції щодо організації сталого землекористування, у тому числі шляхом застосування регуляторних нормативів, стандартів і правил.

Ключові слова: *стале землекористування, організаційні моделі земельних відносин, обмеження прав, регуляторні норми, рентні відносини.*

В статье проанализирована сущность организации устойчивого землепользования и охраны земельных ресурсов в контексте изменения сознания землевладельцев и землепользователей в отношении земельных объектов. Проанализирована сущность полного и ограниченного прав владения землей, особенности их функционирования. Исследована структура системы сельскохозяйственного землепользования и отслежены организационные взаимосвязи и отношения между участниками аграрного производства в контексте сохранения производительных свойств земель сельскохозяйственного назначения. Охарактеризованы общие модели использования земель, исходя из эколого-экономических интересов участников земельных отношений. Исследованы перспективы и потенциальные опасности в экологической и экономической сферах рентных отношений. Даны предложения по организации устойчивого землепользования, в том числе путем применения регуляторных нормативов, стандартов и правил.

Ключевые слова: *устойчивое землепользование, организационные модели земельных отношений, ограничение прав, регуляторные нормы, рентные отношения.*

In the article defined the essence of sustainable agrarian land use, process of organization of sustainable land use and protection of land resources. In particular, the author's approach is to define the term sustainable land use, which considered as a change in the consciousness of landowners and land users in relation to land objects, which will prevent long-term removal of useful properties of land and ensure permanent restoration of the quality status of agricultural land. The author analyzes peculiarities of functioning of full and limited right of land ownership, prospects of these rights in the conditions of the land market. Also investigated the structure of the agricultural land use system, organizational relationships and relations between the agricultural productions participants analyzed in the context of preserving the productive properties of agricultural land. The general models of land use, based on the ecological and economic interests of the participants in land relations characterized by author. In particular, a SWOT analysis of such land use models as the permanent land use model, the exclusive land use rights model and the non-exclusive land use rights model conducted. The author identified the strengths, weaknesses, prospects and potential dangers in the environmental and economic spheres of the rent relations of each model. Substantiated that the most sustainable from the environmental, economic and legal points of view is the model of exclusive land use, which characterized by equality of ownership, sufficient legislative base, transparency and equilibrium of contractual relations, permanent status of the land user. It has been proved that the term «sustainable model» is to some extent identical with the concept of «sustainable system» of land use, that is, a system capable of performing functional tasks in the long period. Rational land use depends largely on the methods and capabilities of agricultural enterprises used to provide them with the means of increasing fertility and, accordingly, the level of management of these processes. Ecological and economic tools of management and regulation the sphere of land use in the direction of its rationalization involves the use of both market and state regulators.

Key words: *sustainable land use, organizational models of land relations, restrictions on rights, regulatory standards, rent relations.*

Постановка проблеми. Земельна реформа в Україні та поспішний перехід економіки до ринкових умов господарювання викликали у такий спосіб істотні трансформації в структурі аграрного землеробства. До переліку найсуттєвіших перетворень маємо віднести масштабне розширення кола власників невеликих сільськогосподарських ділянок (земельних часток – паїв), зміну правової, територіальної та організаційної форм у проведенні господарської діяльності виробниками сільгосппродукції, зародження обігу (ринку) земельних ділянок сільськогосподарського призначення, згортання державницьких програм з підтримки інвестиційної і природоохоронної діяльності в сільському господарстві, втрата земельними інспекціями функцій з контролю за родючістю ґрунтів тощо. Як наслідок, поряд із позитивними окреслили й негативні тенденції в організації продуктивного землегосподарювання.

Затребувана у суспільстві стабілізація функціонування аграрного сектору та необхідність у формуванні ефективної структури землекористування в сільському господарстві потребують масштабних прогнозних досліджень у сфері земельних відносин між державними інститутами як представниками суспільства, а також приватними суб'єктами землеволодіння та землекористування.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Вирішенню проблематики розвитку сільських територій та сталого землекористування присвячені наукові доробки В.В. Горлачука, Д.С. Добряка, О.П. Канаша, Є.В. Мішеніна, Л.Я. Новаковського, П.Т. Саблука, М.Г. Ступеня, В.М. Трегобчука, А.М. Третяка, М.А. Хвесика та ін. Питання еколого-економічного структурування земельних відносин у системі сільськогосподарського землекористування набули свого відображення у працях О.Ф. Балацького, Б.М. Данилишина, В.М. Будзяка, Ю.О. Лупенка, Л.Г. Мельника, А.Я. Сохнича, М.М. Федорова, О.В. Ходаківської та інших фахівців. На подовження розгляду визначених науковцями проблем у статті отримує подальший розвиток аналіз структурних моделей землекористування у сільському господарстві в контексті розвитку сталого землекористування.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка сучасних проблем сталого аграрного землекористування, аналіз та обґрунтування найбільш ефективних моделей використання земель, виходячи з еколого-економічних інтересів учасників земельних відносин, що сприятиме підвищенню ефективного використання та охорони земельних ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Змістовне тлумачення еколого-економічного складника поняття «сталий розвиток» (*sustainable development*) проведено в дослідженнях, де визначено, що оскільки зумовлена вище понятійна конструкція є нині залученою до політичних, наукових, навчальних текстів, її необхідно пояснювати й уточнювати за того чи іншого контексту використання. Такий підхід сприятиме не лише більш глибокому розумінню досліджуваної проблеми, а й надасть використовуваному в текстовому матеріалі поняттю більшої точності та об'єктивності [1, с. 421].

Щодо фразеологізму «стале аграрне землекористування», то представлену категорію слід розглядати як цільове використання земель, за якого досягається найоптимальніший баланс між ефективністю вилучення корисних властивостей із земельного утворення та екологічними вимогами щодо збереження, охорони і відновлення якісного стану (родючості) ґрунтів у довготривалій перспективі.

Отже, організацію сталого землекористування й охорони земельних ресурсів коректно розглядати як зміну свідомості землевласників та землекористувачів щодо земельних об'єктів, за підсумком чого слід очікувати довготривале вилучення корисних властивостей угідь і перманентне відновлення якісного стану сільгоспземель на основі регуляторних (обмежувальних) нормативів.

Розглядаючи проблеми інституціональної затребуваності щодо обмежень у використанні земель, встановлено, що власник земельної ділянки зобов'язаний не шкодити навколишньому середовищу, не порушувати права і задовольняти певні претензії громадян, юридичних осіб та держави. Він мусить сплачувати податки, збори і платежі, а також нести витрати на утримання і зберігання належного йому майна й відшкодовувати збитки у разі його пошкодження. У випадках та порядку, встановленому законом, діяльність власника може бути обмежена чи припинена або власника зобов'язано допустити обмежене користування майном з боку інших осіб. За обставин залучення земельної ділянки як предмета застави (іпотеки), встановлюється обмеження щодо розпорядження земельною власністю на період виконання іпотечного зобов'язання [2].

Окрім цього, власники земельних часток (паїв) обтяжені забороною у будь-який спосіб відчужувати земельні ділянки, крім передачі їх у спадщину, обміну на інші земельні ділянки відповідно до закону, та вилучення (викупу) земельних ділянок для суспільних потреб [2]. Враховуючи ту обставину, що власники часток (паїв), як правило, люди похилого віку й не можуть задовольняти суспільні вимоги у сфері природокористування, вони, власники, вимушені тримати сільгоспугіддя у своїй власності до кращих часів.

Отже, сучасні реалії виглядають так, що, з одного боку, селянин як власник земельної частки (паю) може ніколи не обробляти своєї земельної ділянки, а лише справляти земельний податок та не завдавати шкоди сусіднім ділянкам, третім особам і навколишньому середовищу. З іншого боку, наявна економічна ситуація зумовлюється тим, що утримання незадіяної у господарчій діяльності земельної ділянки є досить обтяжливою та фінансово не виправданою справою. Такий стан речей призводить до того, що власник землі, який не має фінансово-матеріальної бази для ведення сільгоспвиробництва, достатнього здоров'я, членів родини, які могли б бути задіяними у сімейному бізнесі, має два типи поведінки: або втратити набуту ним на безоплатній основі земельну частку (пай), чи здати її будь-кому у користування хоча б за які-небудь гроші, створюючи тим самим передумови для формування тих чи інших структурних організацій землекористування.

Зміст права власності на землю згідно зі ст. 78 ЗК України [2] визначається як право володіти, користуватися і розпоряджатися земельною ділянкою. Об'єднана правомочність згідно літературних джерел із різних галузей економіки визнається

як беззаперечне, безумовне, необмежене, первинне, абсолютне чи-то повне право власності на земельну ділянку. Зокрема, міжнародні стандарти оцінки визначають первинне право на земельну ділянку як абсолютне право з володіння та контролю щодо землі та будь-яких будівель, які розташовані на ній, обмежене вторинними правами та нормами закону [3, с. 63]. Фахівці в галузі нерухомості і, зокрема, Джозеф К. Еккерт визначає абсолютне право власності як набір із шести основних прав, що обумовлюють правочини відносно нерухомого майна: використовувати, відчужувати (продавати), передавати в оренду чи управління, набувати і залишати юридичні відносини, віддавати та дарувати, полишати без уваги або відмовлятися від будь-якої з означених дій [4, с. 114]. Разом із цим учений визнає необхідність обмеження абсолютного приватного права власності з боку державних інститутів в площині суспільних вимог та обумовлює абсолютне право в системах земельної власності як повне право власності на об'єкт нерухомості, обмежене виключною владою держави. В.А. Горемикін та Е.Р. Бугулов з цього приводу визнають, що абсолютної земельної власності не існує, оскільки права землевласників обмежені існуючим законодавством в інтересах суспільства, власників інших ділянок землі та не власників земельних утворень [5, с. 100]. До позначеного є слушним додати понятійний аспект терміну «абсолютний», що тлумачиться як безумовний, безвідносний, вичерпний, досконалий, повний [6, с. 11] та такий, що не містить будь-яких обмежень [7, с. 5]. Виходячи з наведеного, буде більш коректним в системах земельної власності замість поняття «абсолютне право» на земельне майно користуватися категорією «повне право власності» на землю.

У наукових публікаціях, пов'язаних з проблемами земельних правовідносин та землекористуванням, не вживається поняття «повне право власності», але його філологічне тлумачення, надане у словнику В.І. Даля [8, с. 262], розкриває суть терміну «повний» як – цілий, цілісний, вичерпний; такий, що містить у собі повну волю, право господаря, довіреність щось купувати або продавати. Отже, у випадках, за яких суб'єкт права власності має господарчо-правову можливість реалізовувати увесь масив норм права щодо володіння, користування та розпорядження землею, право власності на землю можна вважати «повним», тобто таким, що умови його реалізації на підставах правового титулу виключають використання землі іншими особами на іншому «повному» праві, передбачаючи при цьому повне, виключне право панування власника над об'єктом власності.

Водночас за умов передачі повноважень з володіння й користування землею іншим суб'єктам чи у випадках призупинення права власності на землю, право власності, зміст якого визначається в економічній науці як «пучок прутків» [9, с. 345], «пучок правомочності» [10, с. 174] або «пучок прав» [4, с. 114], перестає існувати у повноцінному форматі за результатом розщеплення пучка і розподілом прав поміж суб'єктами земельних відносин в системах: «держава – господарюючі суб'єкти»; «землевласники – землекористувачі». Набуття або звуження будь-яких законодавчо означених прав на земельні ділянки передбачає подальше визначення юридично допустимого пакету економічно-господарських рішень, які буде здатна приймати кожна із сторін договірних земельних відносин.

За умови скорочення масиву прав для власників землі та розширення об'єму набутих прав для землекористувачів, виникає певний формат прав, відмінний від права власності, згідно з яким права на землю за різними джерелами визнаються як вторинні, розмиті, часткові, обмежені чи неповні. При цьому вторинні права визначаються як право володіння певною земельною ділянкою та контролю за її долею. Термін «розмиті права» застосовується у площині заборони на відчуження сільгоспугідь (земельних паїв). Часткові права за ст. 88 ЗКУ розглядає як такі, що мають проваджуватися за згодою співвласників. Обмежені права за ст. 110 ЗКУ стосуються заборон, встановлених певними нормативно-правовими актами, судом чи договором. Отже, виваженим категоріальним форматом у разі звуження пучка законодавчо встановлених прав може бути поняття «неповні права на землю». Приведений різновид прав здатний співіснувати із «повним» правом за умовами обмеженого володіння особи об'єктом власності.

В межах сказаного можна визначити, що неповне право на землю – це право, відмінне від права власності, що не підміняє самого права власності, а виникає за умов призупинення цього права, надання земельної ділянки у строкове володіння і користування чи здійснення певного виду господарської діяльності та передбачає обмежене володіння суб'єкта земельним об'єктом.

Зважуючи мотиви трансформації правомочності власників земельних угідь, слід визнати, що мотиваційною домінантою у нашій країні, на відміну від країн із активним обігом землі, є не істотне бажання заробити на своїй власності, тим більше що вона дісталася сучасним землевласникам (як правило, селянам) за умов приватизації на безоплатній основі, а намагання уникнути додаткових витрат, які пов'язані із утриманням цієї власності. Такі витрати можуть стосуватися приписів щодо необхідності виконання землевпорядних, правоустановчих та реєстраційних заходів по відношенню до об'єкта земельної власності, сплати податків та інших зборів і платежів на земельну ділянку, проведення робіт із збереження родючості ґрунту (хоча б за можливості висівання сидератів), зни-

щення бур'янів і паростків мимовільно занесених на ділянку рослин, виконання інших обов'язків, пов'язаних з претензіями власників та користувачів сусідніх земельних ділянок. Тобто, навіть за умов нульового рівня господарської діяльності, власник земельного майна має нести фінансові витрати, які не анулюються через відсутність будь-якого доходу з незадіяної у виробництві земельної ділянки чи земельної частки (паю).

Означений перебіг справ призводить до того, що, з одного боку, з'являється чималий прошарок осіб, які хочуть позбутися землі або хоча б перекласти витрати на утримання своєї власності на того, хто візьме їх землю в обробіток, а з іншого боку, виникає мережа агентів, які бажають вкласти свій капітал в обслуговування взятої у користування землі з метою отримання доходу або щоб скупити великі масиви сільгоспугідь і вилучати земельну ренту шляхом надання земельних парцел у користування інших осіб. В результаті провадження наданого сценарію в Україні, за фактом мають з'явитися одноосібні трударі (у т.ч. підприємці), дрібні та середні фермерські господарства, державні й приватні сільськогосподарські системи, власники великих масивів сільгоспземель (латифундій). Однак, за тих чи інших наслідків реформування земельних відносин в країні, незмінним надалі залишиться те, що земля, як і раніше, буде надаватися у користування, оскільки в активних фермерів забракне власних коштів скупити значні площі землі, а латифундисти не матимусь мотиву особисто господарювати на власній землі. За цих умов набуває актуальності проблема вибору оптимальних структурних моделей сільськогосподарського землекористування.

У філологічному розкритті термін «модель» окреслює схему для пояснення якогось явища чи процесу [6, с. 552]. Категоріальний сенс поняття «структурна модель» маємо визначити як імітацію функціонування досліджуваної економічної системи, надану у описовій формі або у вигляді рівнянь, яка дозволяє з'ясувати й пояснити співвіднесення між наявним результатом та змінними, що відображують дію певних факторів, з урахуванням суттєвих взаємозв'язків, закономірностей та умов розвитку системи.

За наданих позицій структурні моделі землекористування можна визнати як спрощені схеми земельних відносин, представлені за допомоги описових, символічних та математичних форматів, які мають обумовити правові передумови виникнення стосунків, вплив на їх розвиток факторів ендогенного та екзогенного середовищ, урахування обмежень, пов'язаних із наявними ризиками втрати якісних властивостей земельних угідь чи майбутнього врожаю.

У табл. 1 наведено класифікатор нормалізованих структурних моделей землекористування на засадах неповних прав на землю, згідно до якого можливо спроектувати графічні відображення (моделі) суспільно-земельних відносин.

У дослідженні було виділено три основних типи моделей:

1) використання земельних угідь державної та комунальної власності суб'єктами з різною формою власності на умовах виключного права користування земельними об'єктами (рис. 1-а);

2) використання земельних угідь приватної власності фізичних і юридичних осіб суб'єктами різної форми власності на основі виключного права користування земельним майном за унеможливлення передачі такого права третій стороні (1-б);

3) використання земельних угідь приватної власності фізичних і юридичних осіб суб'єктами різної форми власності на основі невиключного права користування земельним об'єктом за можливості обтяження прав землевласника або передачі прав землекористувача третій стороні (1-в). На рис. 1 наведені загальні описово-графічні моделі використання земель, виходячи з еколого-економічних інтересів учасників земельних відносин в умовах трансформації земельного права.

Більш повний аналіз моделей має стосуватися сільськогосподарських угідь, проте в будь-якому разі їх використання пов'язане з урегулюванням еколого-економічних інтересів суб'єктів за урахування публічних обмежень природоохоронного характеру. З цих позицій модель використання сільгоспугідь державної і комунальної власності суб'єктами визначених за законом форм власності на засаді виключного (визнаного виключно за однією особою) права володіння та користування землею (рис. 1-а) передбачає:

1) виділення земельних ділянок у постійне користування: державним і комунальним сільськогосподарським підприємствам, організаціям та установам для провадження науково-дослідної і навчальної діяльності та ведення товарного сільськогосподарського виробництва (ст. 24 ЗКУ);

2) надання земель у користування громадянам і юридичним особам згідно до результатів проведених на конкурентних засадах земельних торгів з укладанням цивільно-правових угод про відчуження права оренди чи емфітевзису (ст. 124, ст. 134 ЗКУ).

Модель з використання земельних ділянок приватної власності фізичних та юридичних осіб суб'єктами різної форми власності із застосуванням виключного права користування земельним майном за унеможливлення передачі цього права третій стороні (рис. 1-б) застосовується у випадках:

1) надання земельних угідь чи земельних часток (паїв), що перебувають у власності громадян і юридичних осіб, в користування державним і комунальним сільськогосподарським підприємствам, установам та організаціям (ст. 24 ЗКУ), громадянам і юридичним особам (ст. 124 ЗКУ) на праві оренди;

Таблиця 1

Класифікатор нормалізованих структурних моделей землекористування на засадах неповного права на землю (поточним станом на 01.01.2019 року)

НЕПОВНЕ ПРАВО	ЮРИДИЧНА ПІДСТАВА	ПРАВОМОЧНОСТІ
Право постійного користування (ст. 92 ЗКУ)	Рішення органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування	Володіння і користування земельною ділянкою, яка перебуває у державній або комунальній власності
Право оренди (ст. 93, ст. 124 ЗКУ) (ст. 1 ЗУ «Про оренду землі»)	Договір оренди земельних ділянок, що перебувають у власності громадян і юридичних осіб. Рішення органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування за підсумком проведення земельних торгів для земель державної та комунальної власності	Володіння і користування земельною ділянкою, яка необхідна орендареві для виконання підприємницької та інших видів діяльності. Переважне право орендаря на отримання орендованої ним земельної ділянки у приватну власність
Право суборенди (п. 6 ст. 93 ЗКУ) (ст. 8 ЗУ «Про оренду землі»)	Договір суборенди земельних ділянок, що перебувають у власності громадян і юридичних осіб	Володіння і користування земельною ділянкою іншою від орендаря особою за згодою орендодавця
Право сервітуту (ст. 98 ЗКУ) (ст. 401 ЦКУ) (ст. 403 ЦКУ)	Договір сервітуту між особою, яка вимагає його встановлення, та власником земельної ділянки, відносно якої встановлюється даний земельний сервітут	Обмежене користування чужою земельною ділянкою для задоволення потреб інших користувачів, що не можна бути задоволені у інший ніж сервітут спосіб
Право емфітевзису (ст. 102-1 ЗКУ) (ст. 407 ЦКУ)	Договір емфітевзису між власником земельної ділянки і особою, що виявила бажання користуватися цією земельною ділянкою для сільськогосподарських потреб	Користування чужою земельною ділянкою для сільськогосподарських потреб
Право суперфіцію (п. 1 ст. 102-1 ЗКУ) (ст. 413 ЦКУ)	Договір суперфіцію між власником земельної ділянки і особою, яка бажає використати її для забудови	Користування чужою земельною ділянкою для забудови
Право ренти (п. ст. 131 ЗКУ) (п. 1 ст. 731 ЦКУ)	Договір ренти між одержувачем і платником ренти з приводу передачі у власність певного майна	Володіння, користування і обмежене розпорядження за виключною згодою особи, яка є одержувачем ренти
Право тимчасової передачі майна ЗУ «Про господарські товариства»	Угода між учасниками господарського товариства	Користування земельною ділянкою учасника господарського товариства для одержання прибутку

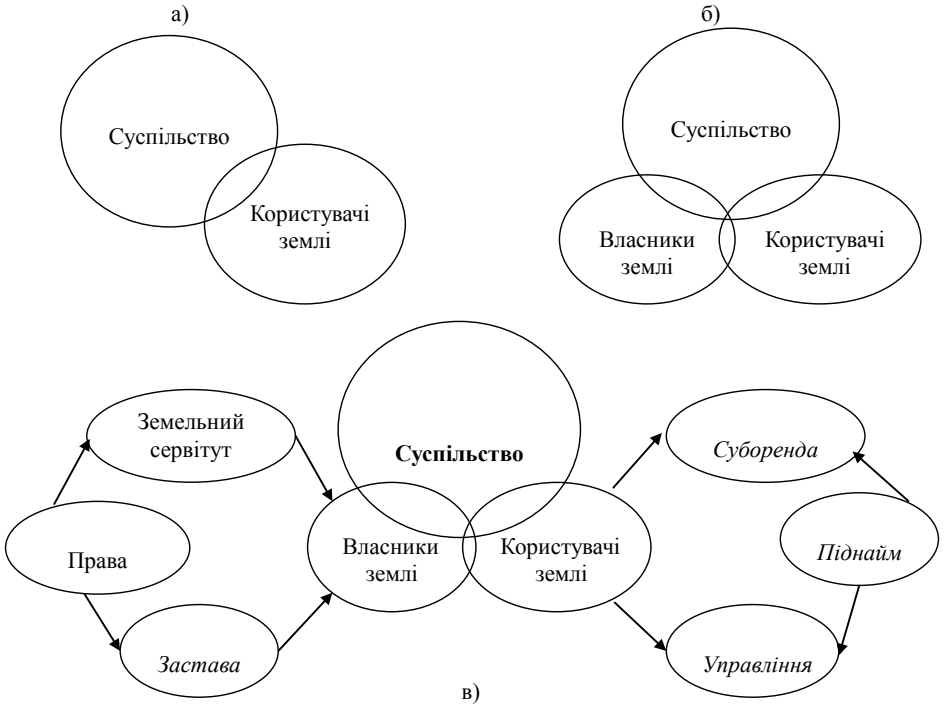


Рис. 1. Загальні описово-графічні моделі землекористування, спроектовані за урахування еколого-економічних інтересів суб'єктів земельних відносин

Таблиця 2

SWOT-аналіз моделі постійного права землекористування

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Економіко-правові фактори: – достатня законодавча база; – рівноправність форм власності; – прозорість договірних відносин; – постійність одного користувача; – однорівневість домовленостей; – наявність масової оцінки земель ***Екологічні фактори:*** – економія державних коштів на виконання заходів з відтворення якісних властивостей землі; – прагнення землекористувачів до переоснащення виробництва	***Економіко-правові фактори:*** – велика кількість землевласників; – обов'язкова згода власника на дії та рішення землекористувача; – недосконалий механізм рентних домовленостей (строк, платежі); – складна процедура набуття прав ***Екологічні фактори:*** – недієвість механізму заохочення користувачів щодо відновлення якісних властивостей земель; – відсутність робочого механізму компенсації понесених збитків
Можливості (O)	**Загрози (T)**
Економіко-правові фактори: – розвиток ринкових відносин; – розробка вигідних умов ренти; – освоєння новітніх технологій; – залучення активного господаря; – викуп сільгоспугідь орендарями; – присутність на світових ринках ***Екологічні фактори:*** – моніторинг якісного стану угідь та поточне відтворення погіршених властивостей сільгоспугідь; – зацікавленість користувачів у продуктивності земель	***Економіко-правові фактори:*** – зміна законодавства країни; – вилучення земельної ділянки за вимоги суспільної необхідності; – короткостроковість оренди; – неприйнятна орендна плата ***Екологічні фактори:*** – втрата якісних властивостей ґрунтів через дію третіх осіб; – нехтування орендарями еколого-економічного обґрунтування сівозмін та впорядкування угідь

2) надання права користування чужою земельною ділянкою для сільськогосподарських потреб (емфітевзис) особі, яка виявила бажання щодо використання цієї земельної ділянки для означених потреб (ст. 102-1 ЗКУ).

Модель з використання земельних ділянок приватної власності фізичних та юридичних осіб суб'єктами різної форми власності на основі невиключного права користування земельним об'єктом за можливості обтяження прав землевласника або передачі прав землекористувача третій особі (рис. 1-в) має місце у випадках:

1) задоволення права третьої сторони (сервітут, застава тощо) по відношенню до об'єкта земельної власності (ст. 90, ст. 98 ЗКУ) в межах правомочності власника земельної ділянки;

2) передачі права володіння та користування або оперативного управління земельною ділянкою (піднайм земельного майна) згідно повноважень землекористувача за згодою власника землі (ст. 93 ЗКУ; ст. 774 ЦКУ).

З позицій комплексного вивчення ефективності моделей землекористування у контексті розвитку раціонального використання та охорони земельних ресурсів в ринкових умовах сільськогосподарського виробництва є необхідним дослідити перспективи та потенційні небезпеки у екологічній і економічній сферах рентних відносин. Такий підхід має сприяти формуванню стратегії розвитку галузі АПК та визнанню екологічної місії сільського господарства, що співпадає з виголошеною у національній парадигмі сталого розвитку України тенденції з дотримання такої системи землекористування, яка б одночасно забезпечила економічно ефективне, екологічно безпечне та соціально справедливе використання земельних ресурсів в аспекті збереження можливості задовольняти свої життєві потреби як теперішнім, так і майбутнім поколінням [11, с. 15].

SWOT-аналіз є достатньо дієвим методом стратегічного планування, який передбачає визначення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз, встановлення взаємозв'язків між цими показниками з метою їх використання для формування стратегії подальшого розвитку сталого землекористування. Найбільш стійкою з еколого-економіко-правової точки зору є модель виключного землекористування (табл. 2), яка визначається рівноправністю форм власності, достатньою законодавчою базою, прозорістю та однорівневістю договірних відносин, постійним статусом землекористувача.

Оскільки економічна модель є імітацією системи земельних відносин, термін «стала модель» є певною мірою тотожним із поняттям «стала система» землекористування, тобто система, що здатна виконувати функціональні завдання у довготривалій перспективі.

Висновки з проведеного дослідження. Остільки структура сільськогосподарського землекористування відноситься до багаторівневих складноформатованих системних утворень, зв'язки і відносини між усіма учасниками означеної конструкції знаходяться у безперервному процесі трансформаційних перетворень, зумовлених зміною політичних, економічних та екологічних передумов розвитку аграрної галузі. У такому разі

організація сталого землекористування передбачає утворення й аналіз юридично можливих і економічно доцільних моделей земельних відносин в сільськогосподарському виробництві, результатом чого має стати формування ефективної структурної конструкції аграрного землегосподарювання. Визначений у цей спосіб підхід дасть можливість забезпечити таке динамічно-еволюційне функціонування земельного ресурсу в сільському господарстві, за статусом якого аграрний потенціал зоставатиметься придатним справджувати життєві потреби не тільки нинішніх, але й наступних поколінь в умовах обмеження антропогенного впливу суспільства на продуктивні властивості природного ресурсу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Макарова В.В. Еколого-економічний складник поняття «сталий розвиток». Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. 2019. Вип. 3(20). 2019. С. 417–421. URL: www.easterneurope-ebm.in.ua (дата звернення: 05.12.2019).

2. Земельний кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 3–4. Ст. 27.

3. Міжнародні стандарти оцінки, 2011. Пер. з англ. УТО. К.: Аванпост-Прим, 2012. 144 с.

4. Джозеф К. Еккерт. Организация оценки и налогообложения недвижимости. Т. 1. М.: Академия оценки, СТАР ИНТЕР, 1997. 382 с.

5. Горемыкин В.А., Бугулов Э.Р. Экономика недвижимости. М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1999. 592 с.

6. Словник іншомовних слів: за ред. О.С. Мельничука. К.: Головна редакція Української радянської енциклопедії, 1985. 968 с.

7. Тлумачний словник сучасної української мови. К.: Арій, 2007. 512 с.

8. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1955. Т. 3: П. 556 с.

9. Фридман Дж., Ордуэй Н. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. Пер. с англ. М.: Дело, 1997. 489 с.

10. Лопатинський Ю.М. Трансформація інституту власності. Економічні науки. Чернівці: Книги – XXI, 2010. Вип. 6. 423 с. С. 171–183.

11. Національна парадигма сталого розвитку України. К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.

REFERENCES:

1. Makarova V. V. (2019) Ekoloho-ekonomichnyy skladnyk ponyattya «stalyy rozvytok» [Ecological and economic component of the concept of "sustainable development"]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya* [Eastern Europe: Economics, Business and Management] (electronic journal). Dnipro: Prydniprovska derzhavna akademiya budivnytstva ta arkhitektury, vol. 3(20), pp. 417–421. Available at: http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/2249/1/Makarova.pdf (accessed 5 December 2019).

2. Zemelnyy kodeks Ukrayiny (2002) Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. 2002. № 3–4. St. 27.

3. Mizhnarodni standarty otsinky (2011) [International evaluation standards]. Per. z anhl. UTO. K.: Avanpost-Prym.

4. Dzhozef K. Yekkert (1997) *Organizatsiya otsenki i nalogooblozheniya nedvizhimosti.* [Organization of valuation and taxation of real estate]. T. 1. M.: Akademiya otsenki, STAR INTER.

5. Goremykin V. A., Bugulov E. R. (1999) *Ekonomika nedvizhimosti* [Real Estate Economics]. M: Informatsionno-izdatel'skiy dom «Filin».

6. Melnychuk O. S. (ed.) (1985) *Slovnyk inshomovnykh sliv* [Dictionary of foreign words]. Holovna redaktsiya Ukrayinskoyi radyanskoyi entsyklopediyi, 968 p.

7. Ariy (2007) *Tlumachnyy slovnyk suchasnoyi ukrayinskoyi movy* [Interpretative Dictionary of Modern Ukrainian]. K.

8. Gosudarstvennoye izdatelstvo inostrannykh i natsionalnykh slovarey (1955) Tolkovyy slovar zhivogo velikorusskogo yazyka [Explanatory dictionary of living Great Russian language]. M.: T. 3: P. 556 pp.

9. Fridman Dzh., Orduey N. (1997) *Analiz i otsenka prinosyashchey dokhod nedvizhimosti* [Analysis and valuation of income-generating real estate]. Per. s angl. M.: Delo.

10. Lopatynskyy Y. M. (2010) Transformatsiya instytutu vlasnosti [Transformation of the property institute]. *Ekonomichni nauky* [Economic sciences]. Chernivtsi: Knyhy – XXI, vol. 6, pp. 171–183.

11. Derzhavna ustanova «Instytut ekonomiky pryrodokorystuvannya ta staloho rozvytku Natsionalnoyi akademiyi nauk Ukrayiny» (2012) *Natsionalna paradyhma staloho rozvytku Ukrayiny*. K., 72 p.

Makarova Viktoriia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics
Sumy National Agrarian University
Mykhaylov Andriy
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Management Department
Sumy National Agrarian University

ORGANIZATIONAL MODELS OF LAND USE AS AN IMPORTANT COMPONENT OF SUSTAINABLE AGRICULTURAL PRODUCTION

The purpose of the article. The development of sustainable land use involves the introduction of a progressive and effective system of regulators of land relations in agricultural production. Its implementation will allow to optimize ecological and economic constraints and to ensure development of land relations between the state, owners and users of lands. Therefore, agricultural enterprises and households in Ukraine face the problem of maintaining and restoring the fertility of agricultural land due to the introduction of modern efficient land use models. The purpose of the article is to thoroughly analyze and substantiate the most effective land use models based on the environmental and economic interests of the participants in land relations.

Methodology. The following methods used for the study: abstract-logical, monographic, design, SWOT-analysis.

Results. The organization of sustainable land use and protection of land resources is a change in the awareness of landowners and land users about land objects, resulting in long-term removal of useful properties of land and restoration of the quality of agricultural land based on restrictive standards.

Structural models of land use defined as simplified land relations schemes, which determine the legal preconditions for the relationship, the impact on their development of environmental factors, taking into account the limitations associated with the existing risks of loss of quality properties of land or future harvest. In this study we analyzed the three main types of models what: 1) the use of state and communal property land by entities with different forms of ownership under the conditions of exclusive right to use land objects, 2) exclusive right to use land property to prevent the transfer of such right to a third party and non-exclusive right to use land the object of burdening the rights of the landowner or transferring the rights of the land user to a third party.

Because of the SWOT analysis, we identified and characterized the strengths, weaknesses, opportunities and threats of each of the land-use models. It is determined that the most common economic problems of all models are a complex procedure of acquiring rights, insufficient legal basis, – privilege of private property and imperfection of the mechanism of payment of rent. Environmental problems include lack of state support for agricultural producers, lack of interest in implementing environmental measures, violation of agricultural standards, deterioration of the properties of the lands, etc.

Practical implications. Organization of sustainable land use involves the formation and analysis of legally possible and economically feasible models of land relations in agricultural production, which should result in the formation of an effective structural design of agricultural land management.

Value/originality. As a result, we noted that the most sustainable from an environmental, economic and legal point of view is a model of exclusive land use, which characterized by equality of ownership, sufficient legal basis, transparency of contractual relations.

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

THE ANALYSIS OF THE CURRENT EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT STATE OF THE RURAL POPULATION IN UKRAINE

УДК 331.526
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-45

Весперіс С.З.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки і управління
Конотопський інститут
Сумського державного університету
Самусь Г.І.
к.е.н., викладач кафедри
економіки і управління
Конотопський інститут
Сумського державного університету
Щербина О.В.
старший викладач кафедри
економіки і управління
Конотопський інститут
Сумського державного університету

У статті проведено аналіз сучасного стану зайнятості та безробіття сільського населення України. Розкрито теоретичну сутність наявних теорій зайнятості населення. Зазначено, що успішний соціально-економічний розвиток країни безпосередньо залежить від наявних трудових ресурсів, оптимального розподілу зайнятості та скорочення безробіття. Розглянуто динаміку чисельності постійного сільського населення, його сучасний стан за економічною активністю, рівень зайнятості та безробіття за віковими групами. Встановлено, що чисельність постійного сільського населення зменшується, знижується рівень зайнятості населення та зростає рівень безробіття. Визначено основні причини формування зазначених проблем. Запропоновані основні шляхи подолання несприятливої соціально-економічної ситуації на ринку праці, серед яких важливу роль повинні відігравати ефективна демографічна політика на державному та регіональному рівнях, державне регулювання рівня зайнятості та безробіття.

Ключові слова: *зайнятість, безробіття, сільське населення, сільська місцевість, економічно активне населення, ринок праці, працездатний вік.*

В статье проведен анализ современного состояния занятости и безработицы сельского населения Украины. Раскрыта теоретическая сущность существующих теорий занятости населения. Указано, что успешное социально-экономическое развитие страны напрямую зависит от существующих трудовых ресурсов, оптимального распределения занятости и сокращения безработицы. Рассмотрены динамика численности постоянного сельского населения, его современное состояние по экономической активности, уровень занятости и безработицы по возрастным группам. Установлено, что численность постоянного сельского населения уменьшается, понижается уровень занятости населения и возрастает уровень безработицы. Определены основные причины формирования указанных проблем. Предложены основные пути преодоления неблагоприятной социально-экономической ситуации на рынке труда, среди которых важную роль должны играть эффективная демографическая политика на государственном и региональном уровнях, государственное регулирование уровня занятости и безработицы.

Ключевые слова: *занятость, безработица, сельское население, сельская местность, экономически активное население, рынок труда, трудоспособный возраст.*

The article analyzes the current employment and unemployment state of the rural population in Ukraine. Identified the theoretical essence of the existing theories of population employment, namely: classical, Keynesian, institutionalist, neoclassical, monetarist, Marxist. Noted that the successful socio-economic development of the country depends directly on available labor resources, optimal employment distribution and unemployment reduction. Considered the dynamics of permanent rural population within the period of 2010–2019, its current state according to economic activity, employment and unemployment rate by age groups. Established that the number of permanent rural population is decreasing, which is explained by natural population decline and migration processes. During the reviewed period, the number of economically active rural population decreased, especially among the people of working age. The employment rate is steadily declining and the unemployment rate is rising. Identified the main reasons for the formation of these problems, including the reduction of production, low wages, internal and external migration. Attention is drawn to the fact that education has a positive impact on employment of the rural population. High level of workers qualification provides access to highly paid jobs and has a positive impact on employment. Suggested the main ways to overcome the unfavorable socio-economic situation on the labor market, among which the effective demographic policy coordinated at the state and regional levels, state regulation of employment and unemployment should be priority. Continuous monitoring of the labor market, an effectively functioning system of vocational training and retraining, support for non-competitive population groups, as well as businesses and entrepreneurs that are capable of creating jobs will contribute to the growth of rural employment. Attention is drawn to the need to take into account the statistical indicators that characterize the labor market in order to regulate supply and demand on it, the impact of globalization processes, etc.

Key words: *employment, unemployment, rural population, rural area, economically active population, labor market, workable people.*

Постановка проблеми. Проблема ефективної структури зайнятості населення є досить актуальною для сучасної економічної науки. Протягом багатьох десятиліть учених цікавлять питання механізму реалізації зайнятості населення, скорочення безробіття, ролі держави в регулюванні ринку праці та оптимізації зайнятості населення. Не менш актуальним сьогодні залишається вивчення питань зайнятості та безробіття сільського населення. Саме сільське населення здебільшого задіяне у сільському господарстві та бере активну участь у забезпеченні продовольчої безпеки держави. Все це зумовлює необхідність подальшого теоретичного та практичного дослідження цієї проблеми, обґрунтування можливих шляхів її вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем зайнятості та безробіття

населення присвячено багато праць відомих зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема А. Сміта [1], Д. Рікардо [2], Д. Богині [3], Е. Лібанової [4], В. Онікієнко [5], О. Петрової [6], Г. Радіонової [7].

Водночас поглиблення теоретичних основ вивчення цієї проблеми, зокрема сучасного стану зайнятості та безробіття сільського населення, залишається актуальним і потребує подальшого дослідження та визначення шляхів вирішення проблеми, що склалася.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення сучасного стану зайнятості та безробіття сільського населення України, розроблення практичних рекомендацій щодо оптимізації рівня зайнятості та безробіття сільського населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні у світовій науці розрізняють декілька теорій зайнятості населення, а саме класичну, кейнсіанську, інституціоналістську, неокласичну, монетаристську, марксистську, які різняться позиціями стосовно ролі держави й ринку в регулюванні ринку праці.

Так, класична теорія зайнятості сформувалася в кінці XVIII ст. Її засновниками є Д. Рікардо, Ж. Сей, А. Сміт [1; 2]. На думку прихильників класичної теорії, вплив держави є не тільки зайвим, але й шкідливим, а вимушене безробіття за чистого капіталізму неможливе.

Засновником кейнсіанської теорії зайнятості населення є Дж.М. Кейнс. Він вважав, що саме держава повинна вирішувати питання регулювання зайнятості та зменшення безробіття, для ефективного управління економікою на державному рівні необхідно розробити заходи та моделі, що дадуть змогу на науковій основі здійснювати регулювання національної економіки. Розвиток кейнсіанської теорії знайшов відображення в працях Р. Солоу, К. Хансена, С. Чейза та інших науковців.

Інституціоналістська теорія, прибічниками якої є Т. Веблен, Дж. Коммонс, визначає, що вирішенню проблеми зайнятості може сприяти запровадження інституціональних реформ, які визначають поведінку суб'єктів на ринку праці.

Представники кейнсіанської теорії та інституціоналісти заперечували положення про те, що в розвитку економічних відносин основна регулююча роль належить ринку. Вони вважали, що ця роль належить державі. Історичний розвиток суспільства показав, що державне втручання в економіку дає позитивні результати, але повністю не виключає періодичного падіння виробництва та безробіття.

Неокласики (А. Маршалл, А. Пігу та інші науковці) вважали, що регулятором ринку праці є ціна робочої сили (заробітна плата). Сучасні неокласики, на відміну від неокласиків початку минулого століття, не пропонують державі виконувати функції тільки «нічного сторожа»».

Монетаристи (М. Фрідмен, Л. Роббінс та інші дослідники) погоджувалися з тим, що держава повинна втручатися у формування політики зайнятості, але лише тоді, коли ринок самостійно не може себе врегулювати.

Марксистська теорія зазначає, що зайнятість населення визначається загальними ринковими закономірностями. Співвідношення попиту й пропозиції на робочу силу впливає на їх ринкову ціну.

Успішний соціально-економічний розвиток країни безпосередньо залежить від наявних трудових ресурсів, оптимального розподілу зайнятості та скорочення безробіття. Динаміка показників зайнятості та безробіття залежить від чисельності наявного постійного населення. Проаналізуємо динаміку чисельності постійного сільського населення України (табл. 1).

Як видно з табл. 1, станом на 1 січня 2019 р. чисельність сільського населення України становила 12 965,7 тис. осіб, зокрема зафіксовано 6 148,0 тис. осіб чоловіків та 6 817,7 тис. осіб жінок. При цьому слід зазначити, що у 2010–2019 рр. воно скоротилось на 1 547,7 тис. осіб. На початок 2019 р. сільське населення віком 16–59 років складало 58,7% (7 605,9 тис. осіб), зокрема 28,95% становили жінки, 29,8% – чоловіки [9, с. 19]. За цей період (2010–2019 рр.) воно скоротилось на 979,0 тис. осіб. Як правило, це ті особи, що станов-

Таблиця 1

Чисельність постійного сільського населення України (на 1 січня, тис. осіб)

Категорія	2010 р.	2015[1] р.	2018[1] р.	2019[1] р.	Відхилення 2019 р. від 2010 р. (+, -)
Усе населення постійне	45 782,6	42 759,7	42 216,8	41 983,6	-3 799,0
Сільське населення	14 513,4	13 325,3	13 084,6	12 965,7	-1 547,7
зокрема, чоловіки	6 789,2	6 284,7	6 194,4	6 148,0	-641,2
жінки	7 724,2	7 040,6	6 890,2	6 817,7	-906,5
Сільське населення віком 16–59 років	8 584,9	7 911,9	7 707,6	7 605,9	-979,0
зокрема, чоловіки	4 331,9	4 007,0	3 905,4	3 858,5	-473,4
жінки	4 253,0	3 904,9	3 802,2	3 747,4	-505,6

[1] дані наведено без урахування тимчасово окупованої Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Джерело: складено, розраховано авторами на основі [8; 9]

лять основу трудових ресурсів, формують попит і пропозицію на ринку праці.

Проведений аналіз свідчить про те, що досі не існує єдиного погляду стосовно економічної сутності категорій «зайнятість» та «безробіття». В узагальненому вигляді зайнятими вважають людей, які працювали впродовж обстежуваного тижня хоча б одну годину за наймом за винагороду в грошовому чи натуральному вираженні, індивідуально (самостійно), в окремих громадян або на власному (сімейному) підприємстві; працювали безкоштовно на підприємстві, у власній справі, що належить будь-кому з членів домогосподарства, або в особистому селянському господарстві задля реалізації продукції, виробленої внаслідок цієї діяльності; були тимчасово відсутні на роботі, тобто формально мали робоче місце, власне підприємство (справу), але не працювали упродовж обстежуваного періоду з певних причин [9, с. 47].

Безробітні (за методологією МОП) – це особи віком 15–70 років, які одночасно задовольняють трьом умовам, а саме не мають роботи (прибуткового заняття); упродовж останніх чотирьох тижнів активно шукали роботу або намагались організувати власну справу; упродовж найближчих двох тижнів були готові приступити до роботи, тобто почати працювати за наймом або на власному підприємстві задля отримання оплати або доходу. До категорії безробітних також відносять осіб, які приступають до роботи протягом найближчих двох тижнів, знайшли роботу, чекають відповіді тощо [9, с. 47].

Проаналізуємо сучасний стан сільського населення України за економічною активністю (табл. 2).

Отже, станом на 2018 р. у сільській місцевості проживали 5 604,7 тис. осіб економічно активного населення, що на 1 303,3 тис. осіб менше, ніж у 2013 р. З них зафіксовано 5 387,0 тис. осіб працездатного віку та 217,7 тис. осіб старше працездатного віку. Значно скоротилась за період, що досліджується, кількість зайнятих, а саме на 1 316,7 тис. осіб, з яких 804,8 тис. осіб – це особи працездатного віку. При цьому зросла кількість безробітних на 13,4 тис. осіб та економічно неактивного населення на 470,9 тис. осіб. Такі показники свідчать про негативну динаміку, що склалась на ринку праці сільської місцевості.

Ринок праці відіграє важливу роль у системі ринкових відносин. Його стан і тенденції розвитку багато в чому залежать від динаміки соціально-економічного розвитку окремих сільських територій. До важливих показників результативності соціально-економічних перетворень слід віднести рівень зайнятості та рівень безробіття.

Рівень занятості населення сільської місцевості за віковими групами відображено в табл. 3.

Як видно з табл. 3, рівень зайнятості населення сільської місцевості віком 15–70 років знизився у 2018 р. порівняно з 2013 р. на 8,5%. Проведений аналіз свідчить про те, що найбільших змін цей показник зазнав у зазначений період у віковій групі 60–70 років де відхилення становить -26,6%, що пояснюється похилим віком цієї категорії населення.

Рівень безробіття населення сільської місцевості за віковими групами відображено в табл. 4.

Як видно з табл. 4, рівень безробіття населення сільської місцевості за період, що досліджується, мав тенденцію зростання. Найбільше зростання характерне для вікової групи 50–59 років та 35–39 років. Не змінився рівень безробіття у віковій групі 25–29 років.

Причинами зниження рівня зайнятості та зростання безробіття є скорочення чисельності постійного сільського населення, відтік молодих та висококваліфікованих спеціалістів у міста. Не менший вплив на рівень зайнятості та безробіття мають зменшення масштабів виробництва, відсутність інвестицій, низький рівень заробітної плати, що робить непривабливим сільську працю.

Умовами покращення зайнятості є застосування конкурентного механізму щодо впливу на

Таблиця 2

Сільське населення України за економічною активністю (віком 15–70 років, тис. осіб)

Категорія	2013 р.	2018 р.	Відхилення 2018 р. від 2013 р. (+, -)
Економічно активне населення	6 908,0	5 604,7	-1 303,3
працездатного віку	6 178,3	5 387,0	-791,3
старше працездатного віку	729,7	217,7	-512,0
Зайняті	6 405,9	5 089,2	-1 316,7
працездатного віку	5 676,3	4 871,5	-804,8
старше працездатного віку	729,6	217,7	-511,9
Безробітні	502,1	515,5	+13,4
працездатного віку	502,0	515,5	+13,5
старше працездатного віку	0,1	0,0	-0,1
Економічно неактивне населення	3 174,0	3 644,9	+470,9
працездатного віку	2 196,9	2 352,6	+155,7
старше працездатного віку	977,1	1292,3	+315,2

Джерело: складено, розраховано авторами на основі [8; 9]

Таблиця 3

Рівень зайнятості населення сільської місцевості за віковими групами (відсотків до кількості всього населення відповідної вікової групи)

Період	Частка осіб віком 15–70 років, усього	За віковими групами						
		15–24 років	25–29 років	30–34 років	35–39 років	40–49 років	50–59 років	60–70 років
2013 р.	63,5	39,7	71,7	75,2	78,7	79,6	69,8	41,0
2018 р.	55,0	32,0	68,5	71,7	72,7	75,8	62,5	14,4
Відхилення 2018 р. від 2013 р. (+,-)	-8,5	-7,7	-3,2	-3,5	-6,0	-3,8	-7,3	-26,6

Джерело: складено, розраховано авторами на основі [8; 9]

Таблиця 4

Рівень безробіття населення сільської місцевості (за методологією МОП) за віковими групами (відсотків до кількості економічно активного населення відповідної вікової групи)

Період	Частка осіб віком 15–70 років, усього	За віковими групами						
		15–24 років	25–29 років	30–34 років	35–39 років	40–49 років	50–59 років	60–70 років
2013 р.	7,3	14,6	8,9	7,3	6,5	7,3	5,2	–
2018 р.	9,2	16,5	8,9	9,9	9,4	8,4	8,2	–
Відхилення 2018 р. від 2013 р. (+,-)	+1,9	+1,9	–	+2,6	+2,9	+1,1	+3,0	–

Джерело: складено, розраховано авторами на основі [8; 9]

робочі місця й робочу силу, формування мобільності робочої сили в межах економічно ефективних робочих місць, що є важливим в умовах інноваційної економіки [10].

Позитивний вплив на рівень зайнятості має рівень освіти сільського населення. Високий рівень кваліфікації робітників забезпечує доступ до високооплачуваних робочих місць і позитивно впливає на зайнятість, хоча висококваліфіковані фахівці, як правило, мігрують у великі міста та за кордон.

На нашу думку, для покращення рівня зайнятості та зменшення безробіття населення сільської місцевості необхідно розробити та вжити комплекс заходів, які мають бути узгодженими на державному та регіональному рівнях. Зростанню зайнятості сільського населення будуть сприяти постійний моніторинг ринку праці, ефективно функціонуюча система професійної підготовки й перепідготовки кадрів, підтримка неконкурентоспроможних груп населення, а також підприємств та підприємців, що здатні створювати й створюють робочі місця.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проведене дослідження свідчить про наявну тенденцію скорочення чисельності постійного сільського населення, зниження рівня зайнятості населення та зростання рівня безробіття. Ця проблема потребує вирішення на державному та регіональному рівнях. Основним заходом, спрямованим на подолання цього явища, є ефективна демографічна політика держави, яка буде сприяти притоку населенню в сільську місцевість. Це можна реалізувати за рахунок державних та регіональних програм соціально-економічного розвитку села, покращення інвестиційного клімату, розвитку виробничої та соціальної інфраструктури села, державного регулювання рівня зайнятості та безробіття. Необхідно всіляко сприяти зменшенню міграційних процесів із сільської місцевості з урахуванням впливу на ринок праці процесів глобалізації. Важливим є врахування статистичної інформації з подальшим розробленням інструментів впливу, що дасть змогу розкрити кількісні закономірності ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Т. 1. Москва : Наука, 1993. 570 с.

2. Рикардо Д. Сочинения : в 5 т. / пер. с англ., ред. М. Смит. Москва : Госполитиздат, 1955. Т. 1. 360 с.

3. Богиня Д. Оптимізація зайнятості як чинник ефективності праці. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії.* 2012. № 1(26). С. 6–9.

4. Лібанова Е., Палій О. Ринок праці та соціальний захист. Київ : вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. 491 с.

5. Онікієнко В. Ринок праці та соціальний захист населення України: ретроаналіз, проблеми, шляхи вирішення : науково-аналітична монографія. Київ : Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2013. 456 с.

6. Петрова І.Л. Соціальні ризики неформальної зайнятості в Україні. *Ринок праці та зайнятість населення.* 2016. № 4. С. 29–32.

7. Радіонова О. Зайнятість у великих містах: сучасний економіко-теоретичний аналіз : монографія. Харків : ХНУМГ, 2014. 178 с.

8. Статистичний щорічник України за 2013 р. / Державна служба статистики України. Київ, 2014. 533 с.

9. Статистичний щорічник України за 2018 р. / Державна служба статистики України. Житомир, 2019. 540 с.

10. Штундер І. Ефективна зайнятість: реалії та інноваційні перспективи : монографія. Київ : КРОК, 2016. 392 с.

REFERENCES:

1. Smyth Adam (1993) *Yssledovanye o pryrode y prychynakh bohatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow: Nauka. (in Russian)

2. Ricardo David (1955) *Sochynenyia : v 5 t.* [The *Works* and Correspondence of David *Ricardo*: *Volume 5].* Moscow: Hospolytyzdat, vol. 1. (in Russian)

3. Bohynya D. (2012) Optymizatsiia zainiatosti yak chynnyk efektyvnosti pratsi [Optimization of employment as a factor in the efficiency of labor]. *Visnyk Donbaskoi derzhavnoi mashynobudivnoi akademii*, no. 1(26), pp. 6–9.

4. Libanova E., Palii O. (2004) *Rynokpratsi ta sotsialnyi zakhyst* [A Labor Market and A Social Hrotection]. Kyiv: Vyd-vo Solomii Pavlychko “Osnovy”. (in Ukrainian)

5. Onikiienko V. (2013) *Rynok pratsi ta sotsialnyi zakhyst naselennia Ukrainy: retroanaliz, problemy, shliakhy vyrishennia* [Labor Market and Social Protection of the population of Ukraine: retroanalysis, problems, solutions], In-t demohrafii ta sotsialnykh doslidzhenim. Kyiv: M.V. Ptukhy NAN Ukrainy/ (in Ukrainian)

6. Petrova I. (2016) Sotsialni ryzyky neformalnoi zainiatosti v Ukraini [Social Risks of Informal Employment in Ukraine]. *Rynok pratsi ta zainiatist naselennia*, no. 4, pp. 29–32.

7. Radionova O. (2014) *Zainiatist u velykykh mistakh: suchasnyi ekonomiko-teoretychnyi analiz* [Employment in big cities: a modern economic-theoretical analysis]. Kharkiv: KhNUMH. (in Ukrainian)

8. The State Statistics Service of Ukraine (2013) *Statystychnyi shchorichnyk Ukrayiny za 2014 r.* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2013]. Kyiv. (in Ukrainian)

9. The State Statistics Service of Ukraine (2018) *Statystychnyi shchorichnyk Ukrayinyza 2019 r.* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv. (in Ukrainian)

10. Shtunder I. (2016) *Efektyvna zainiatist: realii ta innovatsiini perspektyvy* [Effective Employment: Realities and Innovation Perspectives]. Kyiv: Krok. (in Ukrainian)

Vesperis Svitlana
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Management
Konotop Institute
Sumy State University
Samus Hanna
Candidate of Economic Sciences,
Instructor at Department of Economics and Management
Konotop Institute
Sumy State University
Scherbina Olha
Senior Instructor at Department of Economics and Management
Konotop Institute
Sumy State University

THE ANALYSIS OF THE CURRENT EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT STATE OF THE RURAL POPULATION IN UKRAINE

The purpose of the article. The problem of the effective structure of population employment is quite urgent for modern economic science. For many decades, scientists have been interested in the mechanism of implementation of population employment, reducing unemployment, the role of the state in regulating the labor market and the ways to optimize population employment. The study of employment and unemployment issues of the rural population is not less relevant today. It is the rural population, in the majority, is involved in agriculture and takes an active part in ensuring the food security of the state. All these facts determine the need for further theoretical and practical study of this problem as well as require justification of possible ways to solve it. The purpose of this article is to study the current employment and unemployment state of the rural population in Ukraine, to develop practical recommendations for optimizing employment and unemployment rate of the rural population.

Methodology. The research was done according to the methodology of a systematic approach to the study of economic processes and phenomena specific to the modern labor market of the rural population in Ukraine with using such methods as: abstract-logical, analysis and synthesis, quantitative and qualitative analysis, statistical generalization.

Results. Today, there are several theories of employment in the world science: classical, Keynesian, institutionalism, neoclassical, monetarist, and Marxist. They differ in views on the role of the state and the market in regulating the labor market. Successful socio-economic development of the country depends directly on available labor resources, optimal distribution of employment and reduction of unemployment. The analysis shows that within the period of 2010–2019 the number of permanent rural population of Ukraine decreased by 1 547.7 thousand people.

The labor market plays an important role in the system of market relations. Its status and development trends depend largely on the dynamics of socio-economic development of individual rural areas. Important indicators of the impact of socio-economic change are employment and unemployment. The analysis shows a trend of decreasing employment and increasing unemployment. The level of education of the rural population has a positive impact on employment. High level of workers qualification provides access to highly paid jobs and has a positive impact on employment.

In order to increase the employment rate and reduce unemployment of the rural population, it is necessary to develop and implement a set of measures that should be coordinated at both the state and regional level. Continuous monitoring of the labor market, an effectively functioning system of vocational training and retraining, support for non-competitive population groups, as well as businesses and entrepreneurs are capable of creating jobs will contribute to the growth of rural employment. In addition, the development of industrial and social infrastructure of the village, state regulation of employment and unemployment, reduction of migration processes from rural areas, taking into account the impact of the process of globalization, etc. have a positive impact on the labor market.

Practical implications. Theoretical analysis of the current employment and unemployment state of the rural population in Ukraine is important in order to develop practical recommendations that can be used to develop and implement effective socio-economic policies at the state and regional level, which will improve the situation on the labor market, namely increase the employment rate and reduce the unemployment rate.

Value/originality. The analysis of the current employment and unemployment state of the rural population makes it possible to justify further ways of optimization on the labor market in order to improve the socio-economic situation in the countryside, in particular, it will help to improve the living standard of the rural population.

ДЕМОКРАТИЧНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОРГАНІВ ВЛАДИ: ДОСВІД ЄВРОСОЮЗУ

DEMOCRATIC DECENTRALIZATION AND DIGITALIZATION OF AUTHORITIES: THE EXPERIENCE OF THE EU

УДК 338.2.1

https://doi.org/10.32843/infrastruct38-46

Гавкалова Н.Л.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри
державного управління,
публічного адміністрування
та регіональної економіки
Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця
Лола Ю.Ю.
к.е.н., доцент, доцент кафедри
державного управління,
публічного адміністрування
та регіональної економіки
Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця

Метою статті встановлено дослідження моделі реформи децентралізації в Україні та напрямів її підтримки програмами Євросоюзу. В роботі виділено особливості реформи децентралізації в Україні, що поєднує адміністративну, політичну та фіскальну децентралізацію, розроблено модель децентралізації, розглянуто напрями підтримки адміністративно-територіальних змін Євросоюзом. Доведено, що ефективність реалізації реформи децентралізації може ґрунтуватися тільки на реструктуризації державних послуг та діджиталізації органів влади шляхом формування електронного уряду. Проаналізовано вплив реформ на рейтинг країни у відповідності до глобальних міжнародних індексів. Визначено переваги використання уніфікованої моделі децентралізації органів влади, яка може забезпечити необхідний рівень підзвітності та прозорості у вирішенні багатьох загальних проблем регіонального розвитку в Україні.

Ключові слова: *реформа децентралізації, демократизація суспільства, діджиталізація, об'єднані територіальні громади, програми Євросоюзу.*

Целью статьи является исследование модели реформы децентрализации в Украине и направлений ее поддержки программами Евросоюза. В работе выделены особенности реформы децентрализации в Украине, которая объединяет административную, политическую и фискальную децентрализацию, разработана модель децентрализации, рассмотрены направления поддержки Евросоюзом административно-территориальных изменений. Доказано, что эффективность реализации реформы децентрализации может базироваться только на реструктуризации государственных услуг и диджитализации органов власти путем формирования электронного правительства. Проанализировано влияние реформ на рейтинг страны в соответствии с глобальными международными индексами. Определены преимущества использования унифицированной модели децентрализации органов власти, которая может обеспечить необходимый уровень подотчетности и прозрачности в решении многих общих проблем регионального развития в Украине.

Ключевые слова: *реформа децентрализации, демократизации общества, диджитализация, объединенные территориальные общины, программы Евросоюза.*

The information revolution has led to a global digitization that covers all countries of the world and leads to change in all spheres of human life, including: political, economic, social, educational spheres . In turn, it promotes the transformation of the state system of countries on the basis of processes of decentralization, digitization and democratization. At the same time, forms of interaction between authorities and society, as well as between central and local authorities, change the role of regional (subnational) governments. In today's world, decentralization of power is driven by the need to democratize society. The article examines the model of decentralization reform in Ukraine and the ways it is supported by EU programs. It`s necessary for further evaluate its effectiveness. The survey is based on building a model of decentralization based on the administrative, political and fiscal decentralization of government in Ukraine, along with the digitization and democratization of public administration, which greatly improves the effectiveness of administrative reforms. Political decentralization has made it possible to extend the suffrage of citizens of the united territorial communities in Ukraine. Fiscal decentralization has become possible as local self-government has been given more opportunities, powers and appropriate financial resources for territorial development and socio-economic development of the ATG. The new instrumental platform for decentralization and democratization of society is provided by the processes of global digitization of communities, business and government, which provides ample opportunity for easy interconnection and monitoring of central authorities with local governments. Digitalization reduces the risk of corruption spreading at the lower and middle levels of government, as well as in local governments in newly created ATCs. The European Union supports the administrative reform in Ukraine. Delegation of the European Union to Ukraine, "U-LEAD with Europe", USAID works in this direction. The unified model of decentralization of the authorities will allow further identification of the criteria for evaluating the effectiveness of the reforms, since the global indices of socio-economic and political development do not give an unambiguous answer.

Key words: *decentralization reform, democratization of society, digitization, united territorial communities, EU programs.*

Постановка проблеми. В XXI сторіччі інформаційна революція призвела до глобальної діджиталізації, що охоплює всі країни світу та призводить до зміни всіх сфер буття людини, у тому числі: політичної, економічної, соціальної, освітньої. В свою чергу це сприяє трансформації державного устрою країн на основі процесів децентралізації, діджиталізації та демократизації. При цьому змінюються форми взаємодії між органами влади та суспільством, а також між органами центральної та місцевої влади, що сприяє посиленню ролі регіональних (субнаціональних) урядів. У сучасному світі децентралізація влади викликана потребою в демократизації суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Децентралізація влади не означає її одночасну демократизацію. Як зазначає А. Шнейдер децентралізація – це процес передачі повноважень та ресурсів для їхньої реалізації від центральної влади до місцевих органів управління та надання соціально важливих послуг [1]. Децентралізація означає передачу повноважень та обов'язків від центрального рівня уряду до обраних органів влади на субнаціональному рівні (регіональні уряди, муніципалітети), що мають певний ступінь самостійності. Децентралізація також полягає в переналагодженні відносин між центральним урядом та субнаціональними урядами на більш спільну і стратегічну роль для національних / федеральних урядів [2].

Децентралізація влади поділяється на три основні типи. При чому демократичним є лише

один із них, що передбачає передачу значних повноважень та ресурсів на рівень місцевого самоврядування [3].

Децентралізація влади не залежить від форми державного устрою країни. Федеративні держави не обов'язково мають високий рівень децентралізації. Оскільки, децентралізація спрямована на реформування з найнижчого рівня – територіальної громади, тоді як федералізація передбачає перетворення регіонів держави на автономні одиниці [4]. Проте, реформування регіонального рівня не гарантує широких повноважень для органів місцевого самоврядування. Згідно з даними Світового банку, серед десяти найбільш децентралізованих держав лише три з них (Швейцарія, США та Австрія) є федераціями [5].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження моделі реформи децентралізації в Україні та напрямів її підтримки програмами Євросоюзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 1997 році Україна взяла вектор розбудови державного устрою, що базується на єдиних Європейських стандартах, та ратифікувала положення Європейської хартії місцевого самоврядування, а у 2014 році Додатковий протокол про право участі у справах органу місцевого самоврядування.

У 2014 році в Україні розпочалася адміністративна реформа децентралізації влади. Розпорядженням Уряду № 333-р була затверджена Концепції реформи місцевого самоврядування і територіальної організації влади, в якій зазначається, що діюча система місцевого самоврядування не відповідає потребам мешканців територіальних громад у державних послугах та не забезпечує їм комфортного та безпечного середовища проживання [6].

Реформа децентралізації передбачає створення нової ланки в системі адміністративного устрою України шляхом запровадження нової адміністративно-територіальної одиниці – об'єднаної територіальної громади (ОТГ). Для формування законодавчого підґрунтя добровільного об'єднання суміжних територіальних громад, сіл, селищ, міст у 2015 році прийнято Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [7]. Реформа децентралізації включає в себе кілька пов'язаних між собою реформ: територіальної організації влади, місцевого самоврядування, регіональної політики і міжбюджетних відносин. Це надасть реальну можливість мешканцям ОТГ впливати на розбудову громади та розвиток свого регіону.

Згідно Моніторингу процесу децентралізації влади в Україні створено 1029 ОТГ, тобто 42,9% територіальних громад (від загальної кількості рад базового рівня) об'єдналися [8]. При цьому цей процес за регіонами країни проходить нерівномірно: в Харківській області – досить уповільнено, к 2019 року створено 23 ОТГ, у той час як в Дніпропетровській області – 71.

Рада Європи активно підтримує реформу децентралізації. У рамках Плану дій Ради Європи для України на 2018-2021 роки впроваджується Програма «Децентралізація і реформа місцевого самоврядування в Україні».

Міністерство розвитку громад та територій України оприлюднило Концепцію та план реалізації Державної політики децентралізації на 2020 рік, в якій зазначено, що з 2020 року все населення України буде жити в дієздатних громадах, а через 5 років кількість громад, які потребують державної підтримки, зменшиться на 30% [9]. Крім того, ОТГ мають відповідати стандартам територіального поділу країн Європейського Союзу для статистичних цілей рівня NUTS-3.

Для формування легкої, прозорої взаємодії державних органів з територіторіальними громадами створюються сучасні центри надання адміністративних послуг (ЦНАП), де за принципом «єдиного вікна» надаються адміністративні послуги. Відкриттю в ОТГ таких центрів сприяють міжнародні програми, такі як Представництво Європейського союзу в Україні, «U-LEAD з Європою», USAID.

На реалізацію Програми для України з розширення прав і можливостей на місцевому рівні, підзвітності та розвитку «U-LEAD з Європою», яка спільно фінансується Європейським Союзом та його країнами-членами Данією, Естонією, Німеччиною, Польщею та Швецією передбачено виділення 106 млн. євро. Програма діє з 2016 року та має бути завершена у 2020 році.

Програма «U-LEAD з Європою» підтримує широке коло ініціатив для розвитку регіонів, громад та покращення надання адміністративних послуг [10], таких як:

вдосконалення системи цивільного захисту, покращення послуг з управління побутовими відходами, впровадження енергоменеджменту, підтримка партнерства та бізнесу;

проведення семінарів, тренінгів, навчальних поїздок, обмін досвідом стосовно всіх ключових напрямків, з якими необхідно працювати місцевим органам влади, розробка пакетів тематичної підтримки, що включають систему курсів на платформі електронного навчання u-learn.org.ua;

підтримка секторальних реформ в ОТГ: реформ охорони здоров'я та освіти;

впровадження інформаційної системи обміну урядовими даними «Трембіта» та інформаційної системи для ЦНАП «Вулик».

Нову інструментальну платформу для децентралізації та демократизації суспільства надають процеси глобальної діджиталізації громад, бізнесу та влади, що забезпечує широкі можливості легкого взаємозв'язку та моніторингу центральних органів влади з органами місцевого самоврядування.

Рис. 1. Модель демократичної децентралізації

Адміністративна децентралізація в Україні підкріплюється політичною та фіскальною децентралізацією. Модель демократичної децентралізації наведена на рис. 1.

Політична децентралізація надала можливість розширити виборчі права громадян України. Діючі об'єднані територіальні громади самостійно обирають сільську, селищну, міську раду та голову.

Фіскальна децентралізація в Україні стала можливою, коли місцеве самоврядування отримало більше можливостей, повноважень та відповідних фінансових ресурсів для територіальної розбудови та соціально-економічного розвитку після внесених у 2015 році змін до Податкового та Бюджетного кодексів України.

Передача окремих функцій та ресурсів від державних органів до ОТГ збільшує частку видатків місцевих бюджетів у зведеному бюджеті України. Сьогодні цей показник складає 32% при середньосвітовому 24%, а серед держав-членів Організації економічного співробітництва та розвитку – 40%, що перетворює Україну в одну з найбільш децентралізованих держав [11].

Об'єднані територіальні громади формують власні бюджети враховуючи податкові надходження, що залишаються в ОТГ (табл. 1).

Адміністративну реформу в Україні доцільно гармонізувати з широкомасштабними діями щодо діджиталізації органів влади шляхом формування електронного уряду. Концепція розвитку електронного урядування в Україні прийнята у 2010 році.

Діджиталізація зменшує ризик розповсюдження корупції на нижчих та середніх рівнях влади, а також в органах місцевого самоврядування в новостворених ОТГ. Тому, одночасна децентралізація, діджиталізація та демократизація перетворень у органах влади дозволяє значно підвищити ефективність адміністративних реформ.

В Україні з 2019 року реалізується проект «Цифрова держава», що об'єднає всі відомства в єдину зручну і дієву онлайн-систему. Метою проекту оголошено, щоб до 2022 року [12]: всі державні послуги були доступні онлайн; 20% послуг надавалися автоматизовано; існувала 1 онлайн-форма для заповнення, щоб отримати пакет послуг до будь-якої життєвої ситуації.

В рамках проекту вже запущено 14 тестових послуг: електронний кабінет, mobile app, е-Малятко, паспорт разом з ІПН, прописка дитини онлайн, е-пенсія, SmartID, MobileID, цифрові посвідчення громадянина, е-резидентство, кабінет забудовника, банківський рахунок для бізнесу онлайн, електронні вибори, ID-картка з електронним підписом. Готується до загального доступу «Держава в смартфоні»: додаток «Дія».

Таблиця 1

Основні надходження в бюджети ОТГ

Надходження	Частка, що залишається в бюджеті ОТГ	Надходження	Частка, що залишається в бюджеті ОТГ
податку на доходи фізичних осіб	60%	податку на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності	100%
екологічного податку	25%	податку на майно (нерухомість, земля, транспорт)	100%
акцизного податку з реалізації підакцизних товарів	5%	збір за місця паркування транспортних засобів	
єдиного податку	100%	туристичний збір	
акцизного податку з пального	13,44%	рентні плати за користування надрами, за спеціальне використання води та водних об'єктів і лісових ресурсів	

Таблиця 2

Рейтинг України за глобальними індексами розвитку

Індекси	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Країни-лідери у 2019 р.
Індекс демократії	92	88	86	83	84	78	Норвегія, Ісландія, Швеція, Нова Зеландія Данія
Індекс розвитку електронного урядування	87	-	62	-	82	-	Данія, Австралія, Корея, Великобританія, Швеція
Індекс верховенства прав	68	70	78	77	77	77	Данія, Норвегія, Фінляндія, Швеція
Індекс корупції	142	130	131	130	120	126	Нова Зеландія, Данія, Фінляндія, Швеція, Швейцарія
Індекс екологічної ефективності	95	-	44	-	109	-	Швейцарія, Франція, Данія, Мальта, Швеція
Індекс людського розвитку	82	80	84	89	89	88	Норвегія, Швейцарія, Ірландія, Німеччина,
Індекс соціального прогресу	62	64	65	64	64	80	Норвегія, Ісландія, Швейцарія, Данія, Фінляндія
Індекс глобальної конкурентоспроможності	84	76	79	85	83	85	Швейцарія, Сінгапур, Фінляндія, Німеччина, США
Індекс легкості ведення бізнесу	96	83	80	76	71	64	Нова Зеландія, Сінгапур, Гонконг, Данія, Корея

Адміністративні реформи мають покращити якість життя громадян країни, тобто, в першу чергу, підвищити соціальний, політичний та економічний розвиток України. Розвиток країн світу вимірюється глобальними індексами: індекс демократії, індекс верховенства права, індекс розвитку електронного урядування, індекс екологічної ефективності, індекс людського розвитку, індекс соціального прогресу, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс легкості ведення бізнесу тощо. Рейтинг України за глобальними індексами розвитку з 2014 по 2019 роки наведено в табл. 2.

Як видно з табл.2, з 2014 року за індексом легкості ведення бізнесу, індексом демократії спостерігається стабільне покращення, однак все такі ж низькі показники в рейтингах рівнів корупції, глобальної конкурентоспроможності, соціального прогресу та людського розвитку.

Реформа децентралізації в Україні одночасно с проектом «Цифрова держава» мають призвести до:

підвищення якості надання адміністративних послуг населенню шляхом автоматизації цього процесу;

скорочення витрат державного сектору шляхом відмови від використання паперового документообігу, реструктуризації процесів взаємодії органів державної влади між собою та процесів взаємодії з громадянами;

підвищення ефективності формування та розподілу бюджетів ОТГ;

можливість отримати адресної допомоги на місцях, оскільки світовий досвід свідчить, про те що для успіху адміністративно-територіальних реформ важлива подальша фінансова підтримка регіонів;

досягнення підзвітності та прозорості в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, що має подолати високий рівень корупції;

реалізація політики територіального вирівнювання незбалансованого регіонального розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що децентралізація органів влади має забезпечувати демократизацію суспільства, поєднувати адміністративну, політичну, фіскальну децентралізацію та передбачає трансформацію взаємодії між державними структурами та громадянами, неурядовими організаціями та бізнесом.

Інтеграція України до європейського політичного, економічного та цифрового середовища потребує подальшої демократизації соціальних процесів й трансформації суспільної свідомості, що вимагає нових форм організації державного регулювання всіх процесів у різних секторах та на різних рівнях управління. Використання уніфікованої моделі децентралізації державного управління в рамках місцевого самоврядування забезпечить необхідний рівень підзвітності та прозорості у вирішенні багатьох загальних проблем регіонального розвитку в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Schneider A. Decentralization: Conceptualization and Measurement. Studies in Comparative International Development, 2003, 38(3), 32–56.

2. Making Decentralisation Work. A Handbook For Policy-Makers. – Policy Highlights_ decentralisation-Final.pdf (дата звернення: 27.12.2019).

3. Manor J. The political economy of democratic decentralization. Directions in development. 1999. URL: http://documents.worldbank.org/curated/en/386101468739238037/pdf/multi-page.pdf (дата звернення: 27.12.2019).

4. Rodden J. Comparative Federalism and Decentralization: On Meaning and Measurement. Comparative Politics, 2004, 36(4), 481–500.

5. Decentralization indexes. The World Bank 2012. URL: http://documents.worldbank.org/curated/en/534401468340175192/pdf/WPS6138.pdf (дата звернення: 27.12.2019).

6. Концепції реформи місцевого самоврядування і територіальної організації влади : Розпорядження КМУ від 01.04.2014 р. № 333-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-р (дата звернення: 27.12.2019).

7. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України № 676-VIII від 04.09.2015. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19 (дата звернення: 27.12.2019).

8. Дані моніторингу Мінрегіону процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування (станом на 10.11.2019). URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/494/10.11.2019.pdf (дата звернення: 27.12.2019).

9. Комолова Є. Адміністративні послуги. Успішна громада: надання якісних послуг громадянам та сприяння сталому розвитку (Посібник). Путівник керівника. Київ : U-LEAD з Європою, 193 с.

10. U-LEAD з Європою. URL: https://donors.decentralization.gov.ua/en/project/u-lead (дата звернення: 27.12.2019).

11. Ризики децентралізації. URL: https://decentralization.gov.ua/news/11589 (дата звернення: 27.12.2019).

12. Проект «Цифрова держава» – «Дія». URL: https://intelserv.net.ua/news/material/id/710 (дата звернення: 27.12.2019).

REFERENCES:

1. Schneider A. Decentralization: Conceptualization and Measurement. Studies in Comparative International Development, 2003, 38(3), 32–56.

2. Making Decentralisation Work. A Handbook For Policy-Makers. Available at: Policy Highlights_ decentralisation-Final.pdf (accessed 27 December 2019).

3. Manor J. The political economy of democratic decentralization. Directions in development. 1999. Available at: http://documents.worldbank.org/curated/en/386101468739238037/pdf/multi-page.pdf (accessed 27 December 2019).

4. Rodden J. Comparative Federalism and Decentralization: On Meaning and Measurement. Comparative Politics, 2004, 36(4), 481–500.

5. Decentralization indexes. The World Bank 2012. Available at: http://documents.worldbank.org/curated/en/534401468340175192/pdf/WPS6138.pdf (accessed 27 December 2019).

6. Kontseptsii reformy mistsevoho samovriaduvannia i terytorialnoi orhanizatsii vlady [Concepts of reform of local self-government and territorial organization of government]: Rozporiadzhennia KMU vid 01.04.2014 r. № 333-r. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-r (accessed 27 December 2019).

7. Pro dobrovilne obiednannia terytorialnykh hromad [On voluntary association of territorial communities]: Zakon Ukrainy № 676-VIII vid 04.09.2015. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19 (accessed 27 December 2019).

8. Dani monitorynhu Minrehionu protsesu detsentralizatsii vlady ta reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia [Data of the Ministry of Regional Development monitoring of the process of decentralization of power and reform of local self-government] (stanom na 10.11.2019). Available at: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/494/10.11.2019.pdf (accessed 27 December 2019).

9. Komolova Ye. Administratyvni posluhy. Uspishna hromada: nadannia yakisnykh posluh hromadianam ta spryiannia stalomu rozvytku [Administrative Services. Successful community: providing quality services to citizens and promoting sustainable development]. Putivnyk kerivnyka. Kyiv: U-LEAD z Yevropoiu. (in Ukrainian)

10. U-LEAD z Yevropoiu [U-LEAD with Europe]. Available at: https://donors.decentralization.gov.ua/en/project/u-lead (accessed 27 December 2019).

11. Ryzyky detsentralizatsii [Risks of decentralization]. Available at: https://decentralization.gov.ua/news/11589 (accessed 27 December 2019).

12. Proekt «Tsyfrova derzhava» – «Diia» [«Digital State Project» – «Diia»]. Available at: https://intelserv.net.ua/news/material/id/710 (accessed 27 December 2019).

Gavkalova Nataliia
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Public Administration and Regional Economy
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Lola Yuliia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Public Administration and Regional Economy
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

DEMOCRATIC DECENTRALIZATION AND DIGITALIZATION OF AUTHORITIES: THE EXPERIENCE OF THE EU

The purpose of the article. The information revolution has led to a global digitization that covers all countries of the world and leads to change in all spheres of human life, including: political, economic, social, educational spheres. In turn, it promotes the transformation of the state system of countries on the basis of processes of decentralization, digitization and democratization. At the same time, forms of interaction between authorities and society, as well as between central and local authorities, change the role of regional (subnational) governments. In today's world, decentralization of power is driven by the need to democratize society.

The article examines the model of decentralization reform in Ukraine and the ways it is supported by EU programs. It`s necessary for further evaluate its effectiveness.

Methodology. The survey is based on building a model of decentralization based on the administrative, political and fiscal decentralization of government in Ukraine, along with the digitization and democratization of public administration, which greatly improves the effectiveness of administrative reforms. Political decentralization has made it possible to extend the suffrage of citizens of the united territorial communities in Ukraine. Fiscal decentralization has become possible as local self-government has been given more opportunities, powers and appropriate financial resources for territorial development and socio-economic development of the ATG.

The new instrumental platform for decentralization and democratization of society is provided by the processes of global digitization of communities, business and government, which provides ample opportunity for easy interconnection and monitoring of central authorities with local governments. Digitalization reduces the risk of corruption spreading at the lower and middle levels of government, as well as in local governments in newly created ATCs.

Results. The European Union supports the administrative reform in Ukraine. Delegation of the European Union to Ukraine, "U-LEAD with Europe", USAID works in this direction.

The program "U-LEAD with Europe" has been in operation since 2016 and will be completed in 2020.

The U-LEAD with Europe program supports a wide range of initiatives to develop regions, communities and improve administrative services, such as:

improving civil protection systems, improving household waste management services, implementing energy management, supporting partnerships and businesses;

conducting seminars, trainings, study trips, exchanging experience on all key areas that local authorities need to work with, developing of thematic support packages, including a system of courses on the e-learning platform u-learn.org.ua;

support for sectoral reforms in CEDs: health and education reforms;

implementation of the information system for the exchange of Trembita government data and the information system for the administrative centers "Vulik".

The impact of reforms on the country's ranking in global international indexes is analyzed. The advantages of using a unified model of decentralization of authorities are identified.

Decentralization reform in Ukraine along with the Digital State project should lead to:

improving the quality of administrative services to the population by automating this process;

reducing public sector expenditures by refusing to use paperwork, restructuring the processes of interaction between public authorities and processes of interaction with citizens;

increase of efficiency of formation and allocation of budgets of ATG;

the possibility of receiving targeted assistance on the ground, as experience in the world shows, that further financial support for the regions is important for the success of administrative and territorial reforms;

to achieve accountability and transparency in the activities of public authorities and local self-government, which should overcome a high level of corruption;

implementation of the policy of territorial equalization of unbalanced regional development.

Practical implications. The unified model of decentralization of the authorities will allow further identification of the criteria for evaluating the effectiveness of the reforms, since the global indices of socio-economic and political development do not give an unambiguous answer.

Value/originality. In our work, we considered that the effectiveness of implementing the decentralization reform can only be guaranteed by restructuring public services and digitizing the authorities through the formation of e-government.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРОЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ
FEATURES OF STAFF CAREER MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

УДК 338.65
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-47

Літинська В.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління
персоналом і економіки праці
Хмельницький національний
університет

У статті розглянуто особливості управління кар'єрою персоналу на вітчизняних підприємствах. Особливу увагу зосереджено на етапах планування та розвитку трудової кар'єри керівників підприємства, завданнях управління кар'єрою керівників молодшої та середньої ланки та завданнях управління кар'єрою нових співробітників на вітчизняних підприємствах. Так, організацію процедури управління кар'єрою пропонується здійснювати відповідно до поставлених завдань, таких як: планування індивідуального професійного розвитку та посадового переміщення кожного працівника; включення його в загальну систему управління кар'єрою; організація набуття працівником необхідного рівня професійної підготовки та досвіду; організація навчання, підготовки, перепідготовки; мотивація діяльності персоналу через певну систему стимулюючих засобів; оцінка персоналу; ротація персоналу; аналіз та оцінка результатів ротації персоналу; контроль за діяльністю працівників.

Ключові слова: *управління кар'єрою, персонал, вітчизняні підприємства, етапи, завдання, планування.*

В статье рассмотрены особенности управления карьерой персонала на отечественных предприятиях. Особое внимание сосредоточено на этапах планирования и развития трудовой карьеры руководителей предприятия, задачах управления карьерой руководителей младшей и среднего звена и задачах управления карьерой новых сотрудников на отечественных предприятиях. Так, организацию процедуры управления карьерой предлагается осуществлять в соответствии с поставленными задачами, такими как: планирование индивидуального профессионального развития и должностного перемещения каждого работника; включение его в общую систему управления карьерой; организация получения работником необходимого уровня профессиональной подготовки и опыта; организация обучения, подготовки, переподготовки; мотивация деятельности персонала через определенную систему стимулирующих средств; оценка персонала; ротация персонала; анализ и оценка результатов ротации персонала; контроль за деятельностью работников.

Ключевые слова: *управление карьерой, персонал, отечественные предприятия, этапы, задачи, планирование.*

The article deals with the peculiarities of career management of personnel at domestic enterprises. Particular attention is focused on the stages of planning and career development of company executives, the tasks of managing the careers of junior and middle managers and the tasks of managing the career of new employees at domestic enterprises. Thus, it is proposed to organize the career management procedure in accordance with the set tasks: planning of individual professional development and job transfer of each employee. Incorporating it into the overall career management system; organization of acquisition of the necessary level of professional training and experience by the employee. Organization of training, preparation, retraining; motivation of staff activity through a certain system of incentives; staff evaluation; staff rotation; analysis and evaluation of personnel rotation results; control over the activity of employees. Enterprise Personnel Career Management, Enterprise Personnel Career Management is a multifaceted and complex process that is characterized by consistency. For this reason, the career management system of an enterprise staff is an orderly set of interrelated elements such as career planning, organization, monitoring and motivation for career advancement. Yes, career planning of the personnel of the enterprise provides scientific substantiation of the rational age and normative terms of holding a position taking into account the wishes and personal qualities of the employee of the enterprise. Based on the analysis and compilation of the above information, attention should be paid to the importance of the career of the company staff and the conditions which are necessary to ensure that the career development of employees is rapid and effective. Yes, the career value of the company staff is quite large, because it is: an integral part of the reproduction of the labor potential of society; an element of social control; a structure which, by means of established career stereotypes, relates the work situation to models of work behavior; human ability to self-realization and self-affirmation.

Key words: *career management, personnel, domestic enterprises, stages, tasks, planning.*

Постановка проблеми. Питання кар'єрного зростання обов'язково супроводжується або чиїмось звільненням, або пониженням на посаді, і досить рідко більш висока посада вивільняється у зв'язку з природними причинами. На багатьох українських підприємствах відпрацьованої системи кар'єрного зростання немає. Співробітники не мають впевненості, що у разі успішної роботи їх чекає обов'язкове підвищення по службі. Цей факт не може позитивно позначитися на поліпшенні якості роботи.

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що керівникам слід звернути на вирішення цього питання пильну увагу. Необхідно зазначити, що відсутність уваги до цього питання призведе до того, що фактор кар'єрного росту може стати демотиватором.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями управління кар'єрою персоналу підприємства займалися багато зарубіжних та вітчизняних учених, серед яких можна відмітити таких, як: Д.П. Богиня, М.Д. Ведерніков, О.А. Грішнова, В.М. Данюк, О.В. Дубовик, А.П. Єгоршин, Ю.А. Єршова, О.Л. Єськов, І.В. Климчук, Т.А. Костишина, А.С. Козакевич, В.І. Крамаренко, І.І. Лотоцький, М.П. Лукашевич, Е.Г. Молл, Ю.В. Наврузов, Г.В. Назарова, О.С. Новікова, Е.В. Охотський, І.Л. Петрова, Т.В. Поспєлова, В.С. Савельєва, О.В. Сардак, М.В. Семикіна, Н.С. Ситнік, О.А. Турецький, В.О. Храмов, Н.І. Чухрай, Н.В. Шаргородська, І.Б. Швець, Ю.М. Яновська та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення особливостей управління кар'єрою персоналу на підприємствах. На основі поставленої мети доцільно визначити особливості планування кар'єри персоналу, зокрема керівників, на підприємстві. Також необхідно обґрунтувати алгоритм процедури управління кар'єрою персоналу на сучасних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління трудовою кар'єрою персоналу в організації починається з навчання фахівців у системі підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів. Розрізняють підготовку нових працівників і підвищення кваліфікації наявних працівників. Навчання нових працівників відбувається шляхом одержання фахівцями нових знань, умінь і навичок із професії працівника.

Водночас підвищення кваліфікації керівників середнього і вищого рівнів управління здійснюється з метою розширення і поглиблення знань, умінь і навичок керівників до такого ступеня, що відповідає сучасним вимогам ринкової економіки. Тому у формуванні кар'єри керівників виділяють такі етапи (рис. 1).

Базовий етап найбільш тривалий і здійснюється після закінчення фахівцем вищого навчального закладу. На цьому етапі відбираються фахівці, які мають схильність і здібності до керівної роботи, після чого здійснюється їх професійне навчання. На практиці базову підготовку інколи зводять лише до навчання рядових фахівців для зайняття керівної посади та недооцінюють загальну здібність до управлінської діяльності. Це частково відбувається через відсутність в організаціях сильних служб управління персоналу.

Базову підготовку керівників не можна розглядати як форму підвищення кваліфікації. Йдеться про перепідготовку фахівця, оскільки він у процесі навчання оволодіває новими знаннями, вміннями та навичками з керівництва колективом, про які він раніше не мав достатніх уявлень. Ситуація корінним чином змінюється під час посадової підготовки керівників [1, с. 4].

Посадовий етап характеризується навчанням керівників до зайняття більш високої посади. При цьому вони не стільки опановують новими знаннями, вміннями і навичками, скільки підвищують рівень кваліфікації. Водночас на цьому етапі не слід нехтувати профорієнтаційними аспектами формування керівників. Наприклад, деякі фахівці, які раніше успішно справлялися з обов'язками майстра, виявляються поганими керівниками цеху.

Це пов'язано з тим, що на більш високому рівні управління особливого значення набувають здібності до творчості, ініціативності і рішучості. Водночас якщо для лінійного керівника більш значущі організаторські здібності, то для функціонального – здібності у визначеній сфері професійної діяльності. Посадову підготовку керівників можна певною мірою вважати формою підвищення кваліфікації. Ще більшою мірою зазначене відноситься до цільового етапу формування керівника.

Цільовий етап є заключним у підготовці керівників. При цьому ставиться мета привести у відповідність рівень знань, умінь і навичок керівників до постійно змінних умов ринкової економіки, сучасного виробництва. Однак розглянуті етапи формування трудової кар'єри керівників часто недооцінюються в організаціях. Часто практикується призначення на керівні посади рядових фахівців без урахування наявності в них необхідних якостей, особливо здібностей до адміністративної роботи, проходження ними належної професійної підготовки. За таких обставин важливого значення набуває робота з формування резерву керівників [2, с. 12].

Можна запропонувати програму управління кар'єрою керівників молодшої та середньої ланки.

Планування і розвиток кар'єри керівного складу [3, с. 21]:

1. Просувати насамперед власних співробітників.
2. Використати фактор кар'єри як оцінку заслуг працівника, основний стимул у діяльності керівника.

Основні завдання управління кар'єрою керівників молодшої та середньої ланки наведено на рис. 2.

Виходячи із зазначеного, можна виділити 4 етапи програми управління кар'єрою керівників молодшої та середньої ланки [4, с. 84].

Етап 1: вивчення мети і завдань установи, наявність кадрової політики, що дає змогу висувати вимоги до кандидатів на їхню відповідність організаційній культурі установи.

Деталізований облік керівних посад враховує:

– аналіз роботи керівника на цій посаді;

– опис робіт, що виконуються керівником, характер роботи;

– аналіз функціональних обов'язків і критерії працівника, відповідного їм визначення порядку заміщення цієї посади (ким, якою категорією, з якою освітою, досвідом).

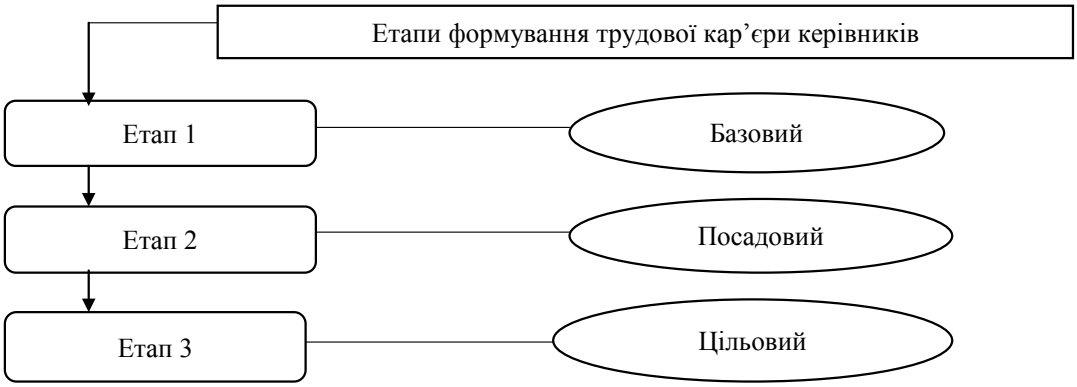


Рис. 1. Етапи планування та розвитку трудової кар'єри керівників підприємства

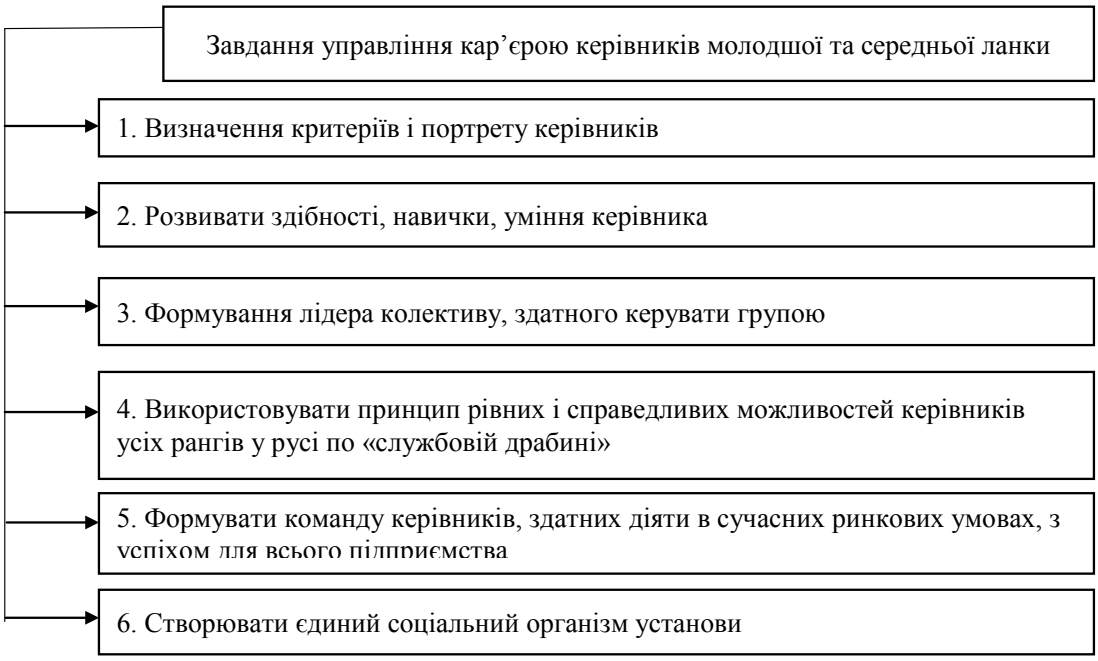


Рис. 2. Завдання управління кар'єрою керівників молодшої та середньої ланки

Система стимулів корелює із призначенням на посаду, припускає комплексне поліпшення становища співробітника і розглядає такі напрями, як:

– оплата вища, ніж на нижчій посаді;

– умови роботи (символи), кабінет тощо;

– влада, можливість віддавати накази і вимагати їх виконання, збільшення відповідальності за стан справ.

Визначення вимог до керівника передбачає такий підхід:

– ставлення до справи (професіоналізм);

– кваліфікація, досвід, знання, вміння застосовувати ці показники на практиці;

– впевненість у перспективі цієї роботи;

– бажання вчитися новому;

– ставлення до людей;

– повага людей;

– вміння об'єднувати людей в команду;

– вміння навчати підлеглих;

– уміння критикувати і сприймати критику;

– ставлення до себе;

– власна гідність;

– наявність чіткої самооцінки;

– знання того, чим доведеться пожертвувати із-за посади, і готовність до цього;

– вміння керувати і підкорятися, поважати право свого начальника до керування.

Цей блок завершує перший етап – формування сфери цілепокладання в управлінні кар'єрою.

Етап 2: підбір кандидатів у резерв.

Підбір кандидатів доцільно здійснювати щорічно і мати резерв залежно від характеру посади (1–2 людини).

Пошуком кандидатів повинні займатися:

– безпосередній начальник – керівник;

– відділ кадрів, вище керівництво;

– керівник (кандидат) повинен мати можливість сам пред'явити себе.

Пошук здійснюється у підрозділах, відділах, а також в інших службах.

Для цього розробляються способи пошуку:

– джерела інформації про кандидата;

– дані про роботу та результати діяльності на всіх попередніх посадах;

– результати тестів, опитувань, наявних у відділах кадрів;

– способи ідентифікації кандидата;

– оцінка та розгляд у відділах;

– неформальне спілкування;

– дискусії з обговорення кандидатів;

– оцінки, надані кандидату;

– оцінка ним самим (самооцінка);

– оцінка його керівником (тобто можливість визначити досягнуте);

– оцінка старшим начальником (тобто перспективний розвиток).

Етап 3: навчання кандидатів.

Для цього необхідно [5, с. 129]:

1. Використовувати систему консультацій і навчання «Про нові можливості закладу»;

а) якості, необхідні для просування і зайняття вакансій;

б) рекомендації щодо досягнення необхідних критеріїв.

Це дає змогу кандидатам самим впливати на свою кар'єру.

2. Розробляти систему можливостей керівника самому пропонувати себе для призначення на вакансію, для цього найголовніше – обізнаність про відкриття вакансії та умови відбору.

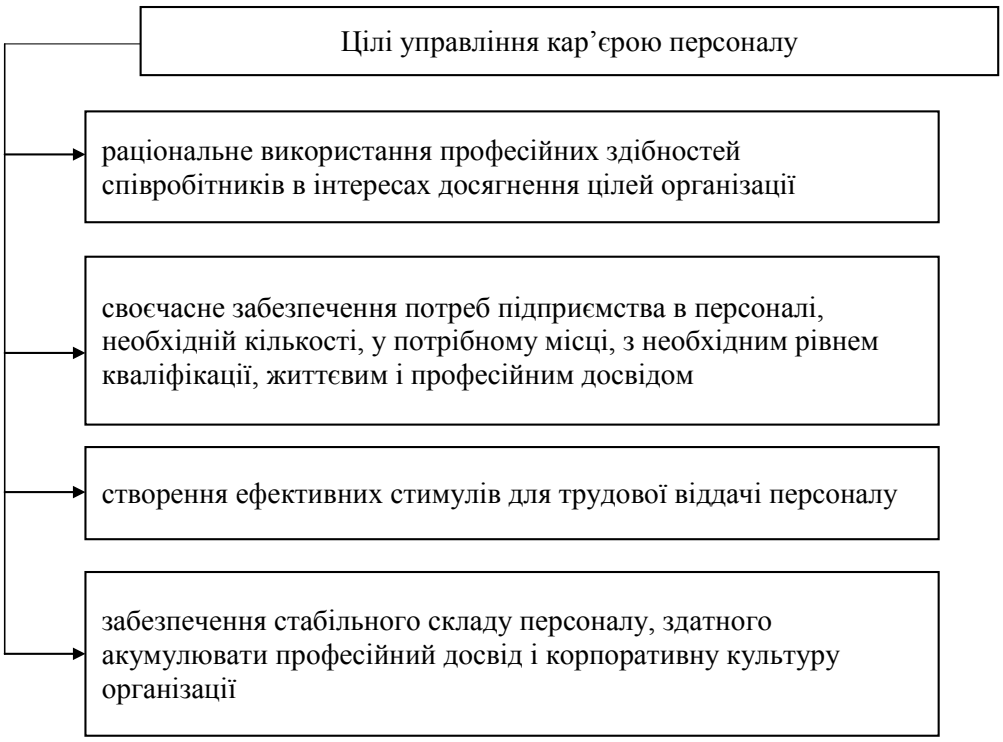


Рис. 3. Цілі управління кар'єрою персоналу з боку керівництва

Етап 4: Оцінка кандидатів.

Оцінку доцільно проводити за трьома нормативами:

1. Фахові випробування.

2.Аналіз позицій у колективі.

3.Самооцінка.

Цей підхід показує, що без реорганізації відділу кадрів дієвість системи проблематична, оскільки необхідні фахівці з визначення другого і третього параметра. Без використання цієї системи оцінки буде мати місце «технократична» система управління кадрами [6, с. 1].

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що основними цілями управління кар'єрою персоналу з боку керівництва мають бути (рис. 3):

Завдання пропонованої системи управління кар'єрою нових співробітників, як робітників, так і управлінського персоналу, зведені в таблицю 1.

Також можна схематично показати цілі управління кар'єрою персоналу безпосередньо з погляду самого персоналу (рис. 4) [7, с. 68].

Таким чином, організацію процедури управління кар'єрою пропонується здійснювати відповідно до поставлених завдань, у сім етапів.

1. Планування індивідуального професійного розвитку та посадового переміщення кожного працівника. Включення його в загальну систему управління кар'єрою.

2. Організація набуття працівником необхідного рівня професійної підготовки та досвіду. Організація навчання, підготовки, перепідготовки.

Таблиця 1

Завдання управління кар'єрою нових співробітників на вітчизняних підприємствах

Планування	Планування індивідуального професійного розвитку та посадового переміщення працівника
Організація підготовки	Організація набуття працівником необхідного рівня професійної підготовки, професійного досвіду як усередині організації, так і поза нею, шляхом організації професійного навчання, стажування
Активізація	Мотивація діяльності персоналу з метою спонукання розкриття власного творчого потенціалу. Це створення мотиваційного середовища в організації
Регулювання та координація	Регулювання та координація включеності працівника у виконання завдань кар'єрної стратегії, а також зусиль співробітника і можливостей організації з виконання плану індивідуального професійного розвитку та плану кадрового забезпечення
Аналіз та оцінка	Аналіз та оцінка результатів і способів діяльності, особистісних та професійних якостей працівників та їхнього професійного досвіду
Контроль	Контроль за діяльністю працівників, за їхнім професійним і посадовим ростом, за раціональним використанням їх професійного досвіду

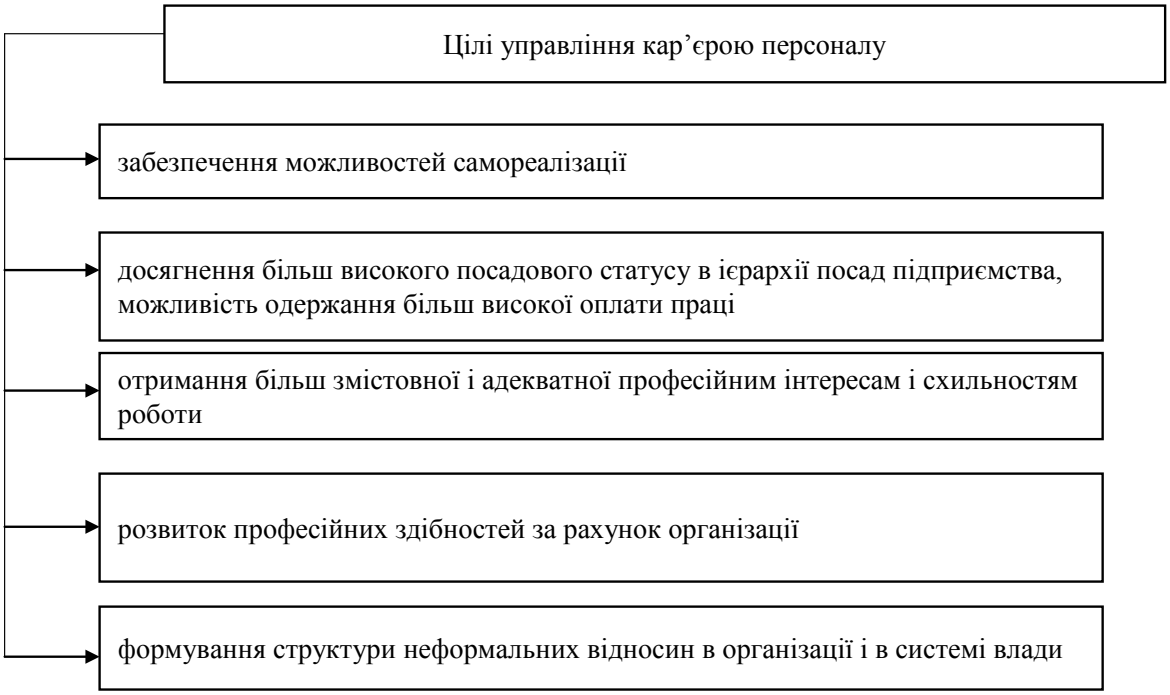


Рис. 4. Цілі управління кар'єрою з боку персоналу

3. Мотивація діяльності персоналу через певну систему стимулюючих засобів.

4. Оцінка персоналу.

5. Ротація персоналу.

6. Аналіз та оцінка результатів ротації персоналу.

7. Контроль за діяльністю працівників.

Висновки з проведеного дослідження. Управління трудовою кар'єрою працівників підприємства повинно відбуватися за планом, змістовно, спрямовано на результат та на отримання працівником задоволення своїх потреб для кращої продуктивності роботи, а також для самоствердження працівника в професійній діяльності, що відіграє важливу роль.

Таким чином, основна рекомендація щодо вдосконалення управління трудовою кар'єрою працівників на вітчизняних підприємствах полягає у тому, щоб цей процес був двостороннім: як із боку керівництва підприємства, так і з боку його персоналу, тобто самих працівників. Лише тісна співпраця дасть змогу правильно, якісно та швидко спланувати трудову кар'єру працівників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Осипова Е. Имидж и карьера. *Новый персонал.* 2014. № 5. С. 2–7.

2. Поспєлова Т.В. Організація управління кар'єрою на підприємстві : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01. Луганськ, 2007. 17 с.

3. Вишнякова М. Управление карьерой: стратегический план развития карьеры. *Управление персоналом*. 2006. № 11. С. 18–23.

4. Візіров Б. Управління кар'єрою державного службовця як взаємодія інтересів. *Економіка та держава*. 2008. № 11. С. 84–85.

5. Генкин Б.М. Основы управления персоналом. Москва : Высшая школа, 1996. – 383 с.

6. Гнатюк В. Від "кар'єри" – до кар'єри. *Подільські вісті.* 2004. № 68. С. 1.

7. Гончар О.І. Мотивація як основа формування трудового потенціалу підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2009. Т. 2, № 4. С. 66–69.

REFERENCES:

1. Osipova Y. (2014) *Imidzh i kar'yera* [Image and career]. *Novyy personal,* no 5. pp. 2–7.

2. Pospyelova T.V. (2007) Orhanizatsiya upravlinnya kar"yeroyu na pidpryyemstvi [Organization of career management in the enterprise] (PhD ekon.). Luhans'k.

3. Vishnyakova M. (2006) Upravleniye kar'yeroy: strategicheskiy plan razvitiya kar'yery [Career Management: A Strategic Career Development Plan]. *Personnel Management,* no 11. pp. 18–23.

4. Vizirov B. (2008) Upravlinnya kar'yeroyu derzhavnoho sluzhbovtsya yak vzayemodiya interesiv [Management of the career of a public servant as an interaction of interests]. *Economy and the state,* no 11. pp. 84–85.

5. Genkin B.M. (1996) *Osnovy upravleniya personalom* [HR Management Fundamentals]. Moscow: Graduate School. (in Russian)

6. Gnatyuk V. (2004) Vid "kar'yery" – do kar'yery [From "career" – to career]. *Podil's'ki visti,* no 68. pp. 1.

7. Gonchar O.I. (2009) Motyvatsiya yak osnova formuvannya trudovoho potentsialu pidpryyemstva [Motivation as a basis of formation of labor potential of enterprise]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky,* vol. 2, no 4, pp. 66–69.

Litinska Valentine
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Personnel Management and Labor Economics
Khmelnytsky National University

FEATURES OF STAFF CAREER MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

The issue of career advancement is necessarily accompanied by either one's dismissal or a decrease in office, and quite rarely a higher position is dismissed for natural reasons. Many Ukrainian companies do not have a proven career development system. Employees are not sure that they will be required to be promoted upon successful work. This fact cannot positively affect the improvement of the quality of work.The article deals with the peculiarities of career management of personnel at domestic enterprises. Particular attention is focused on the stages of planning and career development of company executives, the tasks of managing the careers of junior and middle managers and the tasks of managing the career of new employees at domestic enterprises.

Thus, it is proposed to organize the career management procedure in accordance with the set tasks: planning of individual professional development and job transfer of each employee. Incorporating it into the overall career management system; organization of acquisition of the necessary level of professional training and experience by the employee. Organization of training, preparation, retraining; motivation of staff activity through a certain system of incentives; staff evaluation; staff rotation; analysis and evaluation of personnel rotation results; control over the activity of employees.

Enterprise Personnel Career Management, Enterprise Personnel Career Management is a multifaceted and complex process that is characterized by consistency. For this reason, the career management system of an enterprise staff is an orderly set of interrelated elements such as career planning, organization, monitoring and motivation for career advancement. Yes, career planning of the personnel of the enterprise provides scientific substantiation of the rational age and normative terms of holding a position taking into account the wishes and personal qualities of the employee of the enterprise.

Based on the analysis and compilation of the above information, attention should be paid to the importance of the career of the company staff and the conditions which are necessary to ensure that the career development of employees is rapid and effective. Yes, the career value of the company staff is quite large, because it is: an integral part of the reproduction of the labor potential of society; an element of social control; a structure which, by means of established career stereotypes, relates the work situation to models of work behavior; human ability to self-realization and self-affirmation.

Management of the career of employees of the enterprise must be planned, meaningful, focused on the result and on getting the employee to meet their needs for better productivity, as well as for the self-affirmation of the employee in a professional activity, which played no important role.

Thus, the main recommendation to improve the management of the career of employees at domestic enterprises is that this process is two-sided, both from the management of the enterprise and its staff, ie the employees themselves. Only close collaboration will enable employees to plan their careers properly, efficiently and quickly.

РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

АКТУАЛЬНІ ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

ACTUAL THREATS OF THE FINANCIAL SECURITY OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE

УДК 368
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-48

Водолазська О.А.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Коновалова Д.Є.
студентка
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті розглянуто фінансову безпеку страхового ринку як одну з головних умов його ефективного функціонування в нестабільному економічному середовищі. Охарактеризовано загрози фінансовій безпеці як комплекс негативних умов і факторів. Визначено основні джерела формування небезпек і виникнення загроз. Розглянуто основні структурні елементи, які включає фінансова безпека страхової компанії. Зазначено безперервність і системність процесу досягнення необхідного й достатнього рівня фінансової безпеки. Запропоновано використання показника ринкової капіталізації задля покращення методики оцінювання фінансової безпеки страхового ринку. Уточнено класифікацію загроз фінансовій безпеці страхового ринку в контексті зростаючої відкритості української економіки. Визначено основні причини виникнення загроз для фінансової безпеки національного страхового ринку. Окреслено перелік дій, спрямованих на посилення фінансової безпеки страхового ринку в майбутньому.

Ключові слова: *страховий ринок, страхова компанія, фінансова безпека, загрози, джерела формування загроз, класифікація загроз.*

В статье рассмотрена финансовая безопасность страхового рынка как одно из главных условий его эффективного функционирования в нестабильной экономической среде. Охарактеризованы угрозы финансовой безопасности как комплекс негативных условий и факторов. Определены основные источники формирования опасностей и возникновения угроз. Рассмотрены основные структурные элементы, которые включает финансовая безопасность страховой компании. Указаны непрерывность и системность процесса достижения необходимого и достаточного уровня финансовой безопасности. Предложено использование показателя рыночной капитализации с целью улучшения методики оценивания финансовой безопасности страхового рынка. Уточнена классификация угроз финансовой безопасности страхового рынка в контексте растущей открытости украинской экономики. Определены основные причины возникновения угроз для финансовой безопасности национального страхового рынка. Обозначен перечень действий, направленных на усиление финансовой безопасности страхового рынка в будущем.

Ключевые слова: *страховой рынок, страховая компания, финансовая безопасность, угрозы, источники формирования угроз, классификация угроз.*

The article considers the financial security of the insurance market as one of the main conditions for its effective functioning in an unstable economic environment. The category of "threat" in the formation of financial security of the insurance market is investigated. Financial security threats are described as a complex of negative conditions and factors that can violate the financial security of all participants of the insurance relations. General features of financial security threats are outlined. The necessity to determine the maximum possible number of sources of danger formation and occurrence of threats, as well as the main sources of such threats in the insurance market, is emphasized. It is stated that the financial security of insurance companies is behind the security of the insurance market. The basic structural elements that are included in the financial security of an insurance company are presented. The continuity and systematicy of the process of achieving the necessary and sufficient level of financial security are indicated. Indicators used to assess the level of security of the insurance market in Ukraine are considered. It is suggested to use the market capitalization indicator in order to improve the methodology of assessing financial security of the insurance market. Attention is paid to the fact that increasing the capitalization of insurers will increase their financial firmness, solvency and stability in the insurance market. The classification of threats to the financial security of the insurance market in the context of the growing openness of the Ukrainian economy has been clarified. The main causes of threats to the financial security of the national insurance market are identified. The importance of maintaining the financial security of insurance companies by having insurance reserves as a significant source of long-term investment in the economy is emphasized. The list of actions aimed at enhancing the financial security of the insurance market in the future is outlined. Ultimately, the result of the proposed measures should be an increase in the level of capitalization of insurance companies, as well as the formation of an effective structure of allocation of insurance reserves and own funds of insurers.

Key words: *insurance market, insurance company, financial security, threats, sources of formation of threats, classification of threats.*

Постановка проблеми. Забезпечення фінансової безпеки страхового ринку постає однією з умов його ефективного функціонування та основою захисту майнових інтересів страхувальників. В умовах наростання кризових явищ в економіці та фінансовому секторі активізуються чинники, які посилюють вплив відповідних загроз на розвиток ринку страхування. Отже, доцільним та актуальним є визначення явищ і факторів, що приводять до створення зовнішніх та внутрішніх загроз фінансовій безпеці страхового ринку, задля розроблення в подальшому механізмів нейтралізації, мінімізації або усунення їх впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретичних засад забезпечення фінансової безпеки страховика та страхового ринку загалом присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як С.А. Ачкасова, О.І. Барановський, В.Д. Базилевич, Г.С. Бовсуновська, В.В. Виговська, Н.М. Внукова, О.О. Гаманкова, А.М. Єрмо-

шенко, Н.В. Приказюк, В.А. Смоляк, Н.В. Ткаченко, Г.Ю. Тлуста, Н.Ф. Кузовлєва, С.Ю. Лобанов, Л.О. Орланюк-Малицька, Л.І. Рейтман, Р. Фергюсон. Незважаючи на підвищення інтересу науковців до проблем страхового ринку, багато питань залишаються невирішеними, особливо щодо оцінювання причин формування небезпек і загроз фінансовій безпеці страхового ринку.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення основних дестабілізуючих факторів впливу на фінансову безпеку страхового ринку України в сучасних умовах нестабільного економічного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження питання безпеки різних складових фінансової системи країни має базуватись на обґрунтуванні підходів до визначення різноманітних небезпек і загроз. Отже, виникає необхідність розгляду категорії «загроза» у сфері забезпечення фінансової безпеки страхового ринку.

Загрозу фінансовій безпеці слід розглядати як комплекс негативних умов і факторів, що обумовлюють виникнення різнопланових фінансових наслідків, нейтралізація яких вимагає прийняття ризиків [1, с. 137]. Щодо цього цілком обґрунтованим твердженням слід вважати те, що загроза фінансовій безпеці будь-якої сфери діяльності є поняттям неоднозначним, вимагає дослідження та класифікації за різними критеріями.

Фінансову безпеку страхового ринку слід розглядати як стан фінансової захищеності всіх учасників страхових відносин, що досягається шляхом вжиття комплексу заходів, спрямованих на забезпечення фінансової стійкості страхового ринку та запобігання зовнішнім та внутрішнім загрозам, які впливають на розвиток фінансового ринку країни загалом. Слід також підкреслити, що в умовах кризи як в економіці загалом, так і у фінансовій сфері зокрема зростає ступінь впливу чинників, що формують небезпеки й загрози.

Серед основних загальних рис, властивих загрозам фінансовій безпеці страхового ринку, виокремлюють суперечливість, альтернативність та невизначеність дій [1, с. 138]. Можна стверджувати, що для зняття невизначеності найбільш важливим є визначення максимально можливої кількості джерел формування небезпек і виникнення загроз.

Серед основних джерел загроз фінансовій безпеці слід визначити спонтанність фінансових дій; надзвичайні ситуації, що визначають високий рівень витрат на здійснення страхових виплат; випадковість соціально-економічних подій, що приводять до ускладнень у фінансовій діяльності [2, с. 247]. До джерел загроз на страховому ринку також слід віднести обмеженість ресурсів, зокрема фінансових, необхідних для реалізації стратегій розвитку страхових компаній; складність однозначної оцінки явищ, що відбуваються на страховому ринку; незбалансованість найважливіших елементів інституціонального механізму планування, ціноутворення, а також моделей економічної поведінки страхових організацій.

Вищесказане дає змогу стверджувати, що загроза фінансовій безпеці страхового ринку – це наявний або потенційний прояв викликів і небезпек, що змушує приймати ризики, наслідками яких може стати збиток [1, с. 139]. При цьому наслідки впливу загроз можуть бути виражені істотними змінами параметрів функціонування як окремих страхових компаній, так і страхового ринку загалом.

Фінансову безпеку у сфері страхування зазвичай розглядають як безпеку страхового ринку та безпеку страхової компанії [3; 4; 5]. Більш того, фінансова безпека страхових компаній лежить в основі фінансової безпеки страхового ринку.

О.І. Барановський також вказує на важливість дотримання фінансової безпеки страхових компаній, що зумовлене, по-перше, наявністю страхових резервів як вагомого джерела довгострокових інвестицій, по-друге, необхідністю розвитку ринку страхування в умовах невизначеності [4].

Закон України «Про страхування» визначає умови забезпечення фінансової стійкості страховика [6]. Гарантіями забезпечення його фінансової стійкості є економічно обґрунтовані страхові тарифи; страхові резерви, достатні для виконання зобов'язань зі страхування, співстрахування, перестрахування, взаємного страхування; власні кошти.

До макроекономічних показників фінансової безпеки страховика відносять такі [7, с. 72], як макроекономічна стабільність у країні; підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіонів країни; інфляційні очікування та мінливість валютного ринку; грошово-кредитна політика в країні; розвиток та стабільність фондового ринку; політична стабільність та законодавчий розвиток; розвиток науково-технічного прогресу; інвестиційний клімат у країні та привабливість страхового сектору; стабільність фінансових ринків; стабільність податкового режиму.

Ґрунтуючись на цих положеннях, можемо сказати, що фінансова безпека страхової компанії є станом фінансової захищеності економічних інтересів страховика від внутрішніх і зовнішніх загроз, що забезпечує ефективне формування та використання фінансових ресурсів та створює умови для його стабільного функціонування.

Отже, фінансова безпека страхової компанії включає такі основні структурні елементи:

– формування власного капіталу страховика;

– формування величини страхових резервів, достатніх для виконання зобов'язань перед страхувальниками;

– визначення реальної величини прибутку від страхових операцій;

– інвестування власних коштів і коштів страхових резервів;

– розвиток довгострокового страхування життя, що забезпечує фінансову безпеку ринку страхування загалом, оскільки базується на «довгих» грошах і не є «схемним», тому його можна охарактеризувати як індикатор фінансової безпеки страхового ринку.

Отже, беззаперечним є те, що досягнення необхідного й достатнього рівня фінансової безпеки – це безперервний, системний процес, кінцевою метою якого є запобігання загрозам або мінімізація їх наслідків (уникнення або зменшення шкоди). Щодо цього найважливішим етапом забезпечення фінансової безпеки є стратегічне планування, спрямоване на визначення кількісних орієнтирів діяльності страхової компанії та якісних параметрів корпоративних ресурсів. Крім того, необхідно враховувати, що формування й реалізація такого планування здійснюються на основі оцінювання ефективності заходів щодо запобігання виникненню загроз з використанням індикативної системи, що включає обов'язково порогові значення окремих індикаторів, а також методику, що дає змогу оцінити рівень фінансової та економічної безпеки [8].

Сьогодні підходи до оцінювання рівня безпеки страхового ринку в Україні визначені Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України від 29 жовтня 2013 року [9]. У цьому документі зазначено, що безпека страхового ринку є складовою фінансової безпеки держави й передбачає встановлення достатнього рівня задоволення попиту на страхові послуги. Рекомендується здійснювати оцінювання за двома показниками, а саме за рівнем проникнення страхування (відсоткове співвідношення валових страхових премій та ВВП) та часткою надходжень страхових премій трьох найбільших страхових компаній у загальному надходженні страхових премій (крім компаній страхування життя).

Зростання першого показника має стимулюючий вплив на рівень фінансової безпеки держави, оскільки вказує на розвиток страхових відносин і збільшення попиту на страхові послуги, а також визначає рівень страхового захисту економічних суб'єктів від ризиків. Другий показник за характером дії є дестимулятором, тобто підвищення значення цього показника характеризує появу системного ризику через збільшення залежності безпеки страхового ринку загалом від безпеки окремих системоутворюючих компаній [10, с. 56–57; 11, с. 307].

На думку С.А. Ачкасової, оцінку фінансової безпеки страхового ринку необхідно доповнити розрахунком показника ринкової капіталізації (частка власного капіталу в активах), оскільки це допоможе описати вплив ризиків та покриття несподіваних збитків [7, с. 73]. З цим можна погодитися, оскільки недостатня капіталізація страхових компаній є однією з основних загроз фінансовій безпеці страхового ринку через зростання частки перестрахування за кордоном, що посилює залежність вітчизняного страхового ринку від кон'юнктури міжнародних ринків [11, с. 304–305].

На підтвердження вагомості такого підходу можна відзначити, що, за даними Нацкомфінпослуг, частка власного капіталу в активах за 2016–2018 роки мала тенденцію до зниження як для компаній з ризикового страхування, так і для компаній зі страхування життя. Це зниження відбулося для першої групи страхових компаній із 43,66% у 2016 році до 33,11% у 2018 році, для другої – з 35,6% до 31,5% відповідно [12].

Отже, сьогодні більшість українських страхових компаній не відрізняється високою капіталізацією, що породжує негативну спрямованість у їх діяльності, оскільки відомо, що страхова діяльність може бути економічно ефективною за високої концентрації капіталу, тому страхові компанії з низькою капіталізацією своє фінансове становище підтримують за рахунок надання тіньових страхових послуг, участі в «схемних» операціях з «відмивання» коштів, обслуговування інтересів будь-якої великої бізнес-групи, що сприяє подорожчанню та обмеженню спектру страхових послуг для населення, малого й середнього бізнесу, отже, погіршує конкурентоспроможність економіки загалом.

Для всебічного розгляду та врахування всіх можливих небезпек і загроз фінансовій безпеці страхового ринку необхідна їх класифікація за різними критеріями. У більшості досліджень загрози для безпеки страхового ринку поділяють на зовнішні та внутрішні [8; 11, с. 303–304]. Однак в умовах зростаючої відкритості української економіки постає необхідність уточнення такої класифікації, оскільки зовнішні загрози повинні враховувати не тільки стан і характер розвитку національного макросередовища, але й вплив світових фінансових ринків (рис. 1).

Серед причин виникнення загроз світового рівня можна виділити:

– стрімкі глобалізаційні процеси та інтернаціоналізацію світового ринку страхових послуг;

– значний рівень концентрації фінансових ресурсів на міжнародному страховому ринку та інтеграцію у сфері перестрахування;

– високий ступінь чутливості страхових ринків через їх взаємозв'язок та використання новітніх інформаційних технологій;

– взаємопроникнення та правову уніфікацію державної політики у сфері регулювання ринку страхових послуг, яка дедалі більше залежить від світових фінансів.

До причин виникнення загроз на національному рівні слід віднести:

– нестабільну соціальну та військово-політичну ситуацію;

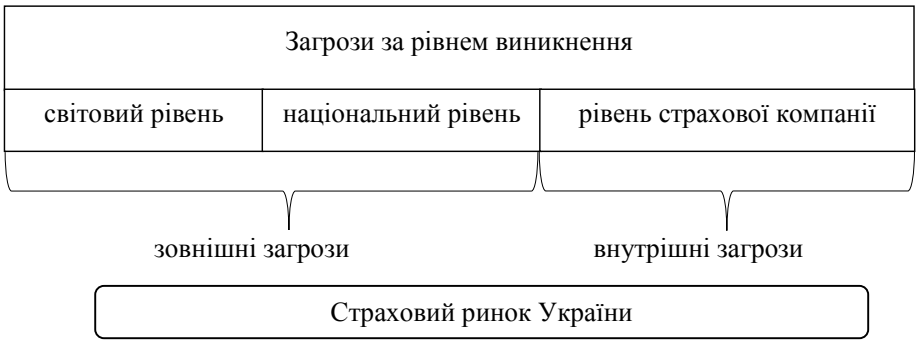


Рис. 1. Класифікація загроз фінансовій безпеці страхового ринку України

– значний рівень інфляційних очікувань та низький платоспроможний попит населення;

– нестійкий фінансовий стан та збиткову діяльність значної частини суб'єктів господарювання;

– недосконалість чинного законодавства та нормативно-правового забезпечення у страховій сфері;

– значну залежність діяльності страхових компаній від стабільності банківського сектору;

– непривабливість більшості напрямів розміщення страхових резервів;

– вразливість національного страхового ринку через збільшення частки іноземного статутного капіталу у загальній сумі власного капіталу страховиків, особливо у сфері перестрахування.

Щодо внутрішніх загроз, тобто на рівні страхових компаній, то слід виділити такі:

– недостатній рівень капіталізації страхових компаній;

– відсутність у більшості страховиків ефективної системи формування та управління ризиками страхового портфеля;

– низька рентабельність страхових компаній через високу вартість ведення бізнесу та загальну низьку якість активів;

– значна кількість кептивних страхових компаній, як наслідок, незацікавленість страховиків у підвищені якості страхових послуг;

– низький рівень страхової культури потенційних страхувальників.

Отже, здебільшого внутрішні загрози фінансовій безпеці страхового ринку пов'язані з неефективним менеджментом у межах страхових компаній.

Усунення вищезазначених загроз здатне виступити врівноваженою силою щодо всіх учасників страхового ринку України й забезпечити фінансову безпеку в цій сфері.

Висновки з проведеного дослідження. Розбудова страхового ринку України вимагає комплексного та системного характеру, що потребує координації зусиль усіх учасників страхового ринку. Зазначене сприятиме обґрунтуванню якісно нових, більш цілеспрямованих підходів до розбудови такого страхового ринку, який стимулюватиме розвиток економіки, викликатиме довіру населення та буде конкурентоспроможним на зовнішніх ринках.

Отже, на перше місце має вийти забезпечення системної стабільності, зменшення вразливості безпеки страхового ринку до зовнішніх та внутрішніх факторів-дестабілізаторів, підвищення якості та ефективності діяльності учасників страхового ринку.

Оскільки в умовах фінансової та соціально-політичної кризи на ринку страхування склалася ситуація, обумовлена низьким рівнем капіталізації та нераціональною структурою розміщення коштів страхових резервів і власних коштів страховиків, то для посилення фінансової безпеки страхового ринку необхідно визначити такий перелік дій, як розроблення критеріїв та введення в дію нормативів достатності, диверсифікованості та якості активів страховиків; вжиття комплексу заходів, спрямованих на протидію фінансовому шахрайству за участю страхових компаній; введення щодо страхових компаній дієвої системи пруденційного нагляду.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лобанов С.Ю. Угрозы финансовой безопасности рынка страховых услуг и методы ее обеспечения. *Вестник университета*. 2018. № 7. С. 137–143. DOI: https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-7-137-143

2. Кузовлева Н.Ф. Актуальные проблемы обеспечения финансовой безопасности страхового рынка в условиях нарастания кризисных явлений в экономике. *Научный альманах*. 2015. № 8(10). С. 245–252.

3. Bazylevych V., Prykazyuk N., Tlusta H. Vectors of economic development of Ukraine in the terms of financial security. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. Вип. 1. С. 288–299. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2017_1_36 (дата звернення: 22.11.2019).

4. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія. Київ : Київський національний торгово-економічний університет, 2004. 759 с.

5. Виговська В.В. Теоретико-методологічні засади та прагматика забезпечення безпеки страхового ринку України : монографія. Київ : Кондор, 2016. 358 с.

6. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 23.11.2019).

7. Achkasova S.A. Developing the methodical approach to assessing the financial security of insurance market. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. Вип. 1. С. 71–78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2017_1_11 (дата звернення: 22.11.2019).

8. Смоляк В.А. Визначення факторів впливу на рівень фінансової безпеки страхової компанії. *Ефективна економіка*. 2016. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4981 (дата звернення: 21.11.2019).

9. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року № 1277. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#n8 (дата звернення 20.11.2019).

10. Бовсуновська Г.С. Тенденції розвитку страхового ринку в контексті забезпечення економічної безпеки країни. *Економіка розвитку*. 2017. № 3. С. 53–58.

11. Козьменко О.В. та ін. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навчальний посібник / за заг. ред. С.М. Фролова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 332 с.

12. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html (дата звернення: 22.11.2019).

REFERENCES:

1. Lobanov S. Yu. (2018) Ugrozy finansovoy bezopasnosti rynka strakhovykh uslug i metody ee obespecheniya [Threats to financial safety of the market of insurance services and methods for its providing]. *Vestnik Universiteta*, no. 7, pp. 137–143. DOI: https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-7-137-143

2. Kuzovlova N. F. (2015) Aktual'nyye problemy obespecheniya finansovoy bezopasnosti strakhovogo rynka v usloviyakh narastaniya krizisnykh yavleniy v ekonomike [Pressing issues of ensuring the financial security of the insurance market in the context of a growing economic crisis]. *Nauchnyy al'manakh*, no. 8, pp. 245–252.

3. Bazylevych V., Prykazyuk N., Tlusta H. (2017) Vectors of economic development of Ukraine in the terms of financial security. *Financial and credit activity : problems of theory and practice*, vol. 1, pp. 288–299. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2017_1_36 (accessed 22 November 2019).

4. Baranovskyi O. I. (2004) Finansova bezpeka v Ukraïni (metodolohiia otsinky ta mekhanizm zabezpechennia) [Financial security in Ukraine (valuation methodology and assurance mechanisms)]. Kyiv : KNTEU. (in Ukrainian)

5. Vyhovska V. V. (2016) Teoretyko-metodolohichni zasady ta prahmatyka zabezpechennia bezpeky strakhovoho rynku Ukrainy [Theoretical and methodological principles and pragmatics of ensuring the security of the Ukrainian insurance market]. Kyiv : Condor. (in Ukrainian)

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (1996). The Law of Ukraine "On Insurance". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80 (accessed 23 November 2019).

7. Achkasova S. A. (2017) Developing the methodical approach to assessing the financial security of insurance market. *Financial and credit activity : problems of theory and practice*, vol. 1, pp. 71–78. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2017_1_11 (accessed 22 November 2019).

8. Smoliak V. A. (2016) Vyznachennia faktoriv vplyvu na riven finansovoi bezpeky strakhovoi kompanii [Determination of factors influencing the level of financial security of an insurance company]. *Efektyvna ekonomika* (electronic journal), no. 5. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4981 (accessed 21 November 2019).

9. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2013) Order "Approval of guidelines for the calculation of economic security of Ukraine". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#n8 (accessed 20 November 2019).

10. Bovsunovska H. S. (2017) Tendentsii rozvytku strakhovoho rynku v konteksti zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky krainy [The trends in the insurance market development in the context of ensuring the country's economic security]. *Ekonomika rozvytku*, no. 3, pp. 53–58.

11. Frolov S. M. (ed.) (2015) Upravlinnia finansovoiu bezpekoiu ekonomichnykh subiektiv [Management of financial security of economic entities]. Sumy: DVNZ "UABS NBU". (in Ukrainian)

12. National Commission for State Regulation of Financial Services Markets (2018) Order "Information on the status and development of the insurance market of Ukraine". Available at: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html (accessed 22 November 2019).

Vodolazska Oksana
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Banking and Insurance
Oles Honchar Dnipropetrovsk National University
Konovalova Daria
Student
Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

ACTUAL THREATS OF THE FINANCIAL SECURITY OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE

The purpose of the article. To identify the main destabilizing factors influencing the financial security of the Ukrainian insurance market in the current conditions of unstable economic environment.

The financial security of the insurance market should be considered as one of the main conditions for its effective functioning and the basis for the protection of property interests of insurers. Therefore, it is appropriate and relevant to identify the phenomena and factors that lead to the creation of external and internal threats to the financial security of the insurance market, in order to develop mechanisms to neutralize, minimize or eliminate their impact.

Methodology. In the process of research such general scientific methods as: methods of theoretical generalization and comparison were used in the study of the essence of the category of "threat" in the sphere of ensuring the financial security of the insurance market; methods of grouping and systematization were used when identifying sources of threats to the financial security of the insurance market, consideration of indicators used to assess the level of security of the insurance market; methods of complexity and logical generalization were used to clarify the classification of threats to the financial security of the insurance market in the conditions of increasing openness of the Ukrainian economy.

Results. Financial security of the insurance market implies a state of financial security of all participants of insurance relations. It is achieved through the implementation of a set of measures aimed at reducing the impact of external and internal threats to the financial stability of the insurance market.

The threat to financial security should be characterized as a set of negative conditions and factors that cause multiple financial consequences.

Threats to the insurance market are inherent in such common features as uncertainty, alternativeness and inconsistency, so it is important to identify the maximum possible number of sources of danger formation and the emergence of threats. Among the main sources of such threats there are the limited financial resources of insurance companies and the complexity of unambiguous assessment of the phenomena occurring in the insurance market.

The financial security of the insurance market is ensured, first of all, by the security of insurance companies, which is related to the state of financial protection of the economic interests of the insurer against internal and external threats.

The financial security of the insurance company should include such primary structural elements as the formation of the insurer's own capital and sufficient insurance reserves, determination of the real value of profits from insurance operations, investment of own funds and insurance reserves, development of long-term life insurance. The most important step in ensuring financial security is strategic planning aimed at determining the quantitative benchmark of an insurance company and the qualitative parameters of its own financial resources.

In the conditions of low capitalization of insurance companies it is suggested to take into account the index of market capitalization of the insurer when assessing the level of financial security of the insurance market of Ukraine. Attention is paid to the fact that increasing the capitalization of insurers will increase their financial firmness, solvency and stability in the insurance market.

Given the growing openness of the Ukrainian economy, it is necessary to clarify the classification of possible dangers and threats to the financial security of the insurance market, since external threats must take into account not only the state and nature of the development of the national macroenvironment, but also the impact of the world financial markets.

Therefore, achieving the necessary and sufficient level of financial security is a continuous, systematic process, the ultimate goal of which is to prevent threats or minimize their effects.

Practical value. The approaches presented to identify the sources of danger formation and the emergence of threats will contribute to the justification of qualitatively new, more targeted measures to build such an insurance market that will stimulate economic development, generate public confidence and be competitive in foreign markets.

ПЕРСПЕКТИВИ БЮДЖЕТНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

PROSPECTS OF BUDGETARY DECENTRALIZATION IN THE CONTEXT OF WORLD EXPERIENCE

УДК 336.145:352
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-49

Дем'янюк А.В.
к.е.н., доцент кафедри фінансів імені С.І. Юрія
Тернопільський національний економічний університет

У статті досліджено перспективи бюджетної децентралізації в контексті світового досвіду, проаналізовано останні дослідження вітчизняних та зарубіжних учених стосовно питань бюджетної децентралізації, її теоретичних положень та практики здійснення з урахуванням світового досвіду. Окреслено характерні ознаки організації управління в державі на засадах централізації та децентралізації. Охарактеризовано розвиток реформування вітчизняної бюджетної системи з виокремленням чотирьох етапів її здійснення. Досліджуючи світову практику, автор визначив три моделі місцевого самоврядування, а саме англосаксонську, континентальну та змішану моделі. Досвід здійснення децентралізаційних процесів розглянуто на прикладах таких країн, як Великобританія, Польща, Словаччина, Франція та Німеччина. Визначено, що в перспективі для успішної реалізації реформи бюджетної децентралізації в Україні доцільно з урахуванням досвіду світової практики привести у відповідність здійснення видаткових повноважень для забезпечення якісного рівня суспільних благ і послуг до фінансових повноважень органів місцевого самоврядування в контексті зростання власних дохідних джерел місцевих бюджетів.

Ключові слова: *бюджетна децентралізація, бюджетна система, етапи реформування бюджетної системи, місцеві бюджети, органи місцевого самоврядування, світові моделі місцевого самоврядування.*

В статье исследованы перспективы бюджетной децентрализации в контексте мирового опыта, проанализированы последние исследования отечественных и зарубежных ученых по вопросам бюджетной децентрализации, ее теоретических положений и практики осуществления с учетом мирового опыта. Обозначены характерные признаки организации управления в государстве на основах централизации и децентрализации. Охарактеризовано развитие реформирования отечественной бюджетной системы с выделением четырех этапов ее осуществления. Исследуя мировую практику, автор определил три модели местного самоуправления, а именно англосаксонскую, континентальную и смешанную модели. Опыт осуществления децентрализационных процессов рассмотрен на примерах таких стран, как Великобритания, Польша, Словакия, Франция и Германия. Определено, что в перспективе для успешной реализации реформы бюджетной децентрализации в Украине целесообразно с учетом опыта мировой практики привести в соответствие осуществление расходных полномочий для обеспечения качественного уровня общественных благ и услуг с финансовыми полномочиями органов местного самоуправления в контексте роста собственных доходных источников местных бюджетов.

Ключевые слова: *бюджетная децентрализация, бюджетная система, этапы реформирования бюджетной системы, местные бюджеты, органы местного самоуправления, мировые модели местного самоуправления.*

The prospects of budgetary decentralization in the context of world experience are explored in the article, recent researches of domestic and foreign scientists on the issues of budgetary decentralization, its theoretical provisions and practice of implementation considering world experience are analyzed. The characteristic features of the organization of management based on the principles of centralization and decentralization are outlined. The development of the reform of the domestic budgetary system has been characterized, with four stages of its implementation highlighted. In particular, the following stages of development of the domestic budgetary system in the context of decentralization processes were identified: the first stage of reforming began in 1991 and was determined by the Law of Ukraine "On the Budgetary System" adopted on June 29, 1995; the second stage of budget reform saw the adoption and entry into force of the Budget Code of Ukraine in 2001; the third stage of the budget reform was characterized by the adoption of the Law of Ukraine "On Amendments to the Budget Code of Ukraine" on July 8, 2010; the fourth stage of the budget reform, which began on April 1, 2014 with the adoption of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of government in Ukraine, and continues to this day. In exploring world practice, three local government models have been identified: Anglo-Saxon, Continental and Mixed. The Anglo-Saxon model, characterized by a high level of autonomy of local self-government, is characteristic of countries such as Great Britain, Ireland, USA, Canada, India, Australia, and New Zealand. The Continental model is characterized by a combination of direct government and local self-government, and is inherent in France, Italy, Spain, Portugal, Greece, Belgium, the Netherlands, Poland, Bulgaria, and Slovakia. The Mixed model is characterized by the combination of the role of local self-government as a local authority and a representative of state power, which is characteristic of Germany and Austria. The experience of implementing decentralization processes is reviewed in the examples of countries such as the United Kingdom, Poland, Slovakia, France and Germany. It is determined that in the perspective of successful implementation of fiscal decentralization reform in Ukraine, it is advisable, in the light of the experience of the world practice, to align the exercise of budgetary powers to ensure the quality of public goods and services to the financial powers of local governments in the context of growing their own revenues sources of local budgets.

Key words: *budget decentralization, budget system, stages of reforming the budget system, local budgets, local self-government bodies, world models of local self-government.*

Постановка проблеми. Виняткове значення в умовах сучасного вітчизняного державотворення на засадах демократичних та ринкових трансформацій належить питанням бюджетної децентралізації у загальному контексті узгодженості розмежування повноважень і відповідальності між рівнями влади й розподілу бюджетних ресурсів для реалізації покладених на них повноважень. В умовах трансформаційних перетворень питання міжтериторіального розподілу бюджетних коштів тісно пов'язані з процесами бюджетної децентралізації з урахуванням визначення критеріїв розподілу функцій та фіскальних можливостей між рівнями бюджетної системи, тому задля визначення пер-

спективних напрямів розвитку процесів бюджетної децентралізації в умовах розбудови засад демократичного суспільства та здійснення ринкових трансформацій доцільно вивчати й досліджувати світовий досвід для успішної реалізації реформи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських економістів питання бюджетної децентралізації у своїх працях розглядали такі науковці, як В. Андрущенко, О. Василик, В. Дем'янишин, О. Кириленко, В. Кравченко, І. Луніна, С. Михайленко, К. Павлюк, Ю. Пасічник, С. Савчук, В. Федосов, С. Юрій. Дослідження теоретичних положень та аналіз проблем практики бюджетної децентралізації з урахуванням світового досвіду здійснювали С. Алфьоров, Т. Барабаш, О. Бориславська, О. Демченко, М. Дубина, М. Карлін, Л. Клівіденко, Н. Пігуль та інші вчені. Велике значення для розвитку децентралізаційних процесів мали праці зарубіжних учених, таких як Ш. Бланкарт, Дж. Б'юкенен, Р. Масгрейв, П. Самуельсон, Дж. Стігліц, Д. Хайман. Дослідження вищезазначених науковців є вагомими, проте досі залишається актуальним вивчення особливостей світового досвіду процесів бюджетної децентралізації задля забезпечення успішної реалізації реформи в контексті зміцнення місцевого самоврядування та забезпечення сталого розвитку держави загалом.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення перспективних напрямів розвитку бюджетної децентралізації в Україні на основі теоретико-практичного узагальнення її світових тенденцій розвитку з урахуванням демократичних та ринкових трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі у сфері бюджетних відносин в Україні відбувається поєднання дії двох координаційних сил, а саме ринкового регулювання та прийняття державно-управлінських рішень через процес представництва суспільних інтересів, що особливо чітко можна відстежити на місцевому рівні.

Важливо зазначити, що побудова та організація управління будь-якою системою здійснюється на засадах централізації та децентралізації. Характерними ознаками централізації є зосередження певних функцій чи діяльності на рівні вищого органу влади. Децентралізація ж, навпаки, передбачає відміну або послаблення централізації та появу інших організаційних структур, що наділені самостійністю. Вперше поняття «децентралізація» з'явилося у французькому законодавстві у XVIII ст., а децентралізаційна теорія трактувалась як обґрунтований поділ усіх адміністративних прав на ті, що належать до компетенції держави, й ті, що надаються громаді шляхом делегування повноважень [12, с. 81].

Стосовно поняття «децентралізація» існує два такі види концептуальних підходів [1, с. 31]:

– децентралізація згори (відповідне рішення обговорюється на вищому рівні державного управління, а потім імплементується нижчими рівнями);

– децентралізація знизу (від рівня громад – до рівня держави).

Необхідно зазначити, що розвиток вітчизняної бюджетної системи в контексті процесів децентралізації передбачає такі етапи бюджетної реформи в Україні.

Перший етап реформування розпочався у 1991 р. і визначався ухваленням 29 червня 1995 р. Закону України «Про бюджетну систему» [6], в якому сформульовано та врегульовувано основні питання функціонування бюджетної системи в Україні, зокрема визначено дохідну й видаткову частини державного бюджету, наявність місцевих бюджетів, повноваження виконавчих органів влади щодо планування й виконання бюджетів усіх рівнів.

На другому етапі бюджетного реформування відбувалися процеси ухвалення Бюджетного кодексу України та набуття ним чинності [2] у 2001 р. Основний зміст цього етапу полягав у зміцненні системи виконання бюджету та запровадженні достовірної звітності про виконання бюджету, що базується на касовому методі обліку. В цей період було визначено такі основні завдання бюджетної реформи, як розроблення механізму досягнення найбільшої ефективності процесу управління бюджетом, забезпечення жорсткого контроля та посилення відповідальності за його виконання.

Третій етап бюджетної реформи характеризувався ухваленням 8 липня 2010 р. Закону України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України» [3]. На черговому етапі реформування вітчизняної бюджетної системи передбачався перехід до середньострокового бюджетного планування та застосування в бюджетному процесі програмно-цільового методу.

Четвертий етап бюджетної реформи, що розпочався 1 квітня 2014 р. ухваленням Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [11] й триває досі, характеризується децентралізацією владних та бюджетних повноважень загальнодержавного рівня на користь місцевого самоврядування в контексті утворення об'єднаних територіальних громад задля зміцнення місцевих бюджетів та забезпечення сталого розвитку підвідомчих територій.

Результати бюджетної реформи мають забезпечити підвищення зацікавленості органів місцевого самоврядування у зміцненні місцевих бюджетів шляхом децентралізації бюджетних повноважень, підкріплених бюджетними ресурсами, та сприяти зростанню ефективності управління місцевими бюджетами. Показники виконання місцевих бюджетів України за останні роки засвідчують, що за січень-серпень 2019 р. їх власні доходи зросли

на 29,2 млрд. грн. і становили 177,9 млрд. грн. Доцільно зауважити, що у 2014 р. власні надходження місцевих бюджетів України складали лише 68,6 млрд. грн., що майже у 2,6 рази менше порівняно з показниками за січень-серпень 2019 р. Найбільшим бюджетоутворючим джерелом власних доходів місцевих бюджетів є податок на доходи фізичних осіб, надходження якого за січень-серпень 2019 р. становили 105,6 млрд. грн., а найвищі темпи приросту зазначеного податку мають Донецька (26,8%), Київська (24,2%) та Тернопільська (23,5%) області. Також зростання доходів місцевих бюджетів відбулося за рахунок збільшення обсягів надходжень плати за землю та єдиного податку на 22,4% і 22,5% відповідно [13].

Важливим для досягнення ефективності реформи бюджетної децентралізації є дотримання принципу фінансової самостійності органів місцевого самоврядування задля забезпечення сталого розвитку підвідомчих територій. У світовій практиці важливими є такі п'ять умов, що притаманні децентралізації [5, с. 47]:

– демократизація шляхом розвитку місцевої та регіональної автономії;

– максимально ефективне вирішення місцевих проблем;

– свобода через місцеву та регіональну автономію;

– забезпечення культурної, мовної та етнічної різноманітності;

– економічна конкуренція між місцевим та регіональним рівнями.

Розглянемо світовий досвід децентралізаційних процесів, що спрямовані на реформування адміністративно-територіального устрою, зміцнення фінансової самостійності місцевих органів самоврядування задля забезпечення сталого розвитку підвідомчих територій та надання високого рівня суспільних благ на місцевому рівні. У світовій практиці прийнято розрізняти декілька моделей місцевого самоврядування, що відображені на рис. 1.

Досвід децентралізаційних процесів у Великобританії засвідчує розширення повноважень органів місцевого самоврядування протягом останніх років. В Англії діє двоступенева система територіального управління, а саме існують графства та округи сільської місцевості в містах, проте в Уельсі та Шотландії введено одноступеневу систему місцевих органів управління. Важливо зазначити, що з травня 1999 р. зі створенням Шотландського парламенту Шотландії передано такі повноваження, як надання соціальної допомоги, охорона здоров'я, місцеве самоврядування, освіта, забезпечення житлом, спорт, мистецтво, сільське та лісове господарства, рибальство, питання залучення зовнішніх засобів і внутрішніх інвестицій для

Англосаксонська модель

(Великобританія, Ірландія, США, Канада, Індія, Австралія, Нова Зеландія)

- Високий рівень автономії місцевого самоврядування, виборність та контроль з боку населення. Відсутність на місцях спеціальних державних уповноважених, на яких покладена функція контролю над органами місцевого самоврядування. Представницькі місцеві органи формально виступають як такі, що діють автономно в межах наданих їм повноважень.

Континентальна модель

(Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Греція, Бельгія, Нідерланди, Польща, Болгарія, Словаччина)

- Поєднання прямого державного управління і місцевого самоврядування. Органи місцевого самоврядування мають конституційний статус, але обмежену автономію. Надання послуг на місцевому рівні зазвичай залежить від центральних агентств місцевого рівня, які також контролюють органи місцевого самоврядування.

Змішана модель

(Німеччина, Австрія)

- У деяких ланках місцевого самоврядування виборний орган може бути і ланкою муніципального управління, і представником державної адміністрації.

Рис. 1. Моделі місцевого самоврядування у світовій практиці

Джерело: складено автором на основі [5, с. 47; 10, с. 685]

економічного розвитку Шотландії. Також парламент має право змінювати ставки оподаткування на території Шотландії [7, с. 109].

Досліджуючи результати реформи децентралізації в Польщі, маємо зазначити, що в цій країні відбулося скорочення кількості повітів, гмін та воєводств, а також діє триступенева система територіальних одиниць. До власних джерел доходів бюджетів гмін належать податок на нерухомість, сільськогосподарський податок, лісовий податок, податок з транспортних засобів, з доходів фізичних осіб, податок на спадщину, а також такі збори, як гербовий, місцевий, адміністративний. Окрім того, доходи бюджету формуються за рахунок надходжень від податку на доходи фізичних та юридичних осіб, цільових субвенцій та дотацій. Наслідком реформи децентралізації у Польщі стало розмежування функцій та повноважень між державними органами влади та органами місцевого самоврядування, при цьому центральний уряд відповідає за зовнішню політику країни, національну безпеку, розвиток країни, а місцева влада забезпечує якісне надання послуг населенню підвідомчої території [4, с. 727].

Здійснення реформи децентралізації у Словаччині призвело до скасування одного рівня управління в країні, що сприяло утворенню двоступеневої системи управління на рівні районів та територіальних одиниць. Характерною ознакою реформи децентралізації у Словаччині стало здійснення фінансування власних функцій на місцевому рівні за рахунок власних доходів місцевих бюджетів, а фінансування делегованих повноважень здійснюється за рахунок цільових трансфертів. Таким чином, державна влада стала максимально відділена від місцевої, що сприяло обмеженості переліку функцій уряду [4, с. 727].

У Франції внаслідок реформи децентралізації регіонам і департаментам було надано нові повноваження у сфері соціальної допомоги, дорожнього господарства й управління навчальними закладами. В цій країні діє триступенева система територіальних одиниць, адже існують комуни, департаменти, регіони. Французькі комуни зазвичай мають незначний розмір та невелику кількість населення. Особливістю реформи децентралізації у Франції є надання можливості органам місцевого самоврядування встановлювати місцеві податки й збори, надходження від яких забезпечують близько 50% видатків регіональних бюджетів. Фінансова діяльність органів місцевого самоврядування Франції характеризується помірним зростанням податкових ставок, зменшенням заборгованості й зростанням витрат на управління. Отже, органи місцевого самоврядування у Франції наділені певною автономією, проте вони надалі порушують питання посилення децентралізаційних процесів [7, с. 108].

В Німеччині як основні принципи децентралізації були закладені принципи автономії та участі. Це федеративна країна, в якій територіальне управління здійснюється на рівні земель, округів, районів та общин, проте базовою ланкою є общини [4, с. 726]. Необхідно зазначити, що до головних функцій общин на підвідомчий території належать забезпечення діяльності інфраструктури, побутове обслуговування, соціальні питання, формування життєвого середовища, перспективне планування, громадський порядок [9, с. 217]. Общини одержують до своїх бюджетів промисловий, поземельний податок і місцеві податки, адміністративні збори й доходи від місцевих ліцензій. Фінансування витрат місцевих бюджетів общин здійснюється за рахунок дотації від федерального уряду; розрізняють цільові й загальні, механізм яких періодично реформується. При цьому наголошується на збільшенні власних доходів общин та зменшенні перерозподілу ПДВ між землями [7, с. 108]. Доцільно відзначити, що в Німеччині фінансове вирівнювання здійснюється за схожою в Україні системою за такими двома методами, як вертикальний розподіл фінансових коштів між усіма рівнями бюджетної системи та перерозподіл коштів на рівні земель, тобто між місцевими бюджетами (горизонтальний) [8, с. 127].

Висновки з проведеного дослідження. Важливість розвитку децентралізації є неодмінною складовою реформування суспільних відносин загалом та бюджетних відносин зокрема. Дослідження вітчизняної практики розвитку процесів бюджетної децентралізації та особливостей здійснення реформи децентралізації в зарубіжних країнах доводить необхідність подальшого розширення фінансової автономії на місцевому рівні та ефективності системи фінансового вирівнювання потенціалу територій. Приведення у відповідність здійснення видаткових повноважень для забезпечення якісного рівня суспільних благ і послуг до фінансових повноважень органів місцевого самоврядування в контексті зростання власних дохідних джерел місцевих бюджетів сприятиме зростанню зацікавленості на місцевому рівні щодо забезпечення сталого розвитку підвідомчих територій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барабаш Т., Кузькін Є., Шишко О. Вплив децентралізації на місцеві фінанси та зарубіжний досвід організації самоврядування. *Наукові праці НДФІ*. 2015. № 4(73). С. 27–41.

2. Бюджетний кодекс України, затверджений Верховною Радою України 21 червня 2001 р. № 2542-III (із змінами та доповненнями). Вінниця : Книга-Вега, 2004. 108 с.

3. Бюджетний кодекс України : чинне законодавство зі змінами та доповненнями на 25 серпня 2010 р. Київ : Алерта ; КНТ ; ЦУЛ, 2010. 110 с.

4. Демченко О., Яковенко К. Європейській досвід бюджетної децентралізації та перспективи для України. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 724–730.

5. Дубина М. Зарубіжний досвід децентралізації влади та його адаптація до українських реалій. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. С. 46–49.

6. Про внесення змін і доповнень до Закону Української РСР «Про бюджетну систему Української РСР» : Закон України» від 29 червня 1995 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 26. С. 589–611.

7. Карлін М. Децентралізація управління місцевими фінансами в розвинутих федеративних та унітарних країнах: досвід для України. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. Вип. 2. С. 103–110.

8. Клівіденко Л., Мацедонська Н. Світовий досвід бюджетної децентралізації та шляхи його впровадження в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 1(06). С. 124–129.

9. Переверзєва А. Критеріальні ознаки формування об'єднаних територіальних громад: національні особливості та зарубіжний досвід. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 216–220.

10. Пігуль Н., Люта О. Зарубіжний досвід проведення децентралізаційних реформ. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 684–688.

11. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80 (дата звернення: 08.11.2019).

12. Савчук С. Теоретичні аспекти бюджетної децентралізації. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка*. 2004. Вип. 16. С. 81–85.

13. Фінансова децентралізація: за 8 місяців до місцевих бюджетів надійшло у 2,5 рази більше коштів, ніж за весь 2014 рік. URL: https://decentralization.gov.ua/news/11523 (дата звернення: 08.11.2019).

REFERENCES:

1. Barabash T., Kuzkin Ye., Shyshko O. (2015) Vplyv detsentralizatsii na mistsevi finansy ta zarubizhnyi dosvid orhanizatsii samovriaduvannia [Influence of decentralization on local finances and foreign experience of self-government organization]. *Naukovi pratsi NDFI*, no. 4(73), pp. 27–41. (in Ukrainian)

2. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy. Zatverdzhenyi Verkhovnoiu Radoiu Ukrainy 21.06.2001 r. № 2542-III (iz zminamy ta dopovnenniamy) (2004) [Budget Code of Ukraine]. Vinnytsia: Knyha-Veha, 108 p. (in Ukrainian)

3. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy: chynne zakonodavstvo zi zminamy ta dopov. na 25 serpnia 2010 r. (2010) [Budget Code of Ukraine]. K.: Alerta ; KNT ; TsUL, 110 p. (in Ukrainian)

4. Demchenko O., Yakovenko K. (2018) Yevropeiskii dosvid biudzhetnoi detsentralizatsii ta perspektyvy dlia Ukrainy [European experience of budgetary decentralization and prospects for Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 16, pp. 724–730. (in Ukrainian)

5. Dubyna M. (2018) Zarubizhnyi dosvid detsentralizatsii vlady ta yoho adaptatsiia do ukrainskykh realii [Foreign experience of decentralization of power and its adaptation to Ukrainian realities]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 27, pp. 46–49. (in Ukrainian)

6. Zakon Ukrainy Pro vnesennia zmin i dopovnen do Zakonu Ukrainskoi RSR "Pro biudzhetnu systemu Ukrainskoi RSR" vid 29 chervnia 1995 r. (1995) [Law of Ukraine On Amendments to the Law of the Ukrainian SSR "On the Budget System of the Ukrainian SSR"]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, no. 26, pp. 589–611. (in Ukrainian)

7. Karlin M. (2016) Detsentralizatsiia upravlinnia mistsevymy finansamy v rozvynutykh federatyvnykh ta unitarnykh krainakh: dosvid dlia Ukrainy [Decentralization of local finance management in developed federal and unitary countries: experience for Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 2, pp. 103–110. (in Ukrainian)

8. Klividenko L., Matsedonska N. (2017) Svitovyi dosvid biudzhetnoi detsentralizatsii ta shliakhy yoho vprovadzhennia v Ukraini [World experience of budgetary decentralization and ways of its implementation in Ukraine]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, no. 1(06), pp. 124–129. (in Ukrainian)

9. Pereverzieva A. (2018) Kryterialni oznaky formuvannia obiednanykh terytorialnykh hromad: natsionalni osoblyvosti ta zarubizhnyi dosvid [Criteria of formation of united territorial communities: national peculiarities and foreign experience]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 22, pp. 216–220. (in Ukrainian)

10. Pihul N., Liuta O. (2016) Zarubizhnyi dosvid provedennia detsentralizatsiinykh reform [Foreign experience of decentralization reforms]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 684–688. (in Ukrainian)

11. Pro skhvalennia Kontseptsii reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia ta terytorialnoi orhanizatsii vlady v Ukraini. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 1 kvitnia 2014 r. № 333-r. [On approval of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of government in Ukraine]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80 (accessed: 08.11.2019). (in Ukrainian).

12. Savchuk S. (2004) Teoretychni aspekty biudzhetnoi detsentralizatsii [Theoretical aspects of budget decentralization]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu im. V. Hnatiuka*, no. 16, pp. 81–85. (in Ukrainian)

13. Finansova detsentralizatsiia: za 8 misiatsiv do mistsevykh biudzhetiv nadiishlo u 2,5 razy bilshe koshtiv, nizh za ves 2014 rik [Financial decentralization: local government budgets receive 2.5 times more money in 8 months than in 2014]. Available at: https://decentralization.gov.ua/news/11523 (accessed: 08.11.2019). (in Ukrainian)

Demianiuk Antonina
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance named after S.I. Yurii
Ternopil National Economic University

PROSPECTS OF BUDGETARY DECENTRALIZATION IN THE CONTEXT OF WORLD EXPERIENCE

The purpose of the article. In the context of transformations, issues of inter-territorial allocation of budgetary resources are closely linked to the processes of budgetary decentralization, considering the definition of criteria for the distribution of functions and fiscal opportunities between levels of the budgetary system. Therefore, in order to identify promising areas for the development of fiscal decentralization in the context of building a democratic society and implementing market transformations, it is advisable to study and explore world experience for the successful implementation of the reform.

Methodology. Research methods were a method of scientific knowledge, a comprehensive approach to the study of theoretical and practical aspects of fiscal decentralization reform. The methods of analogy, statistical methods, graphic, method of analysis, synthesis, historical, method of generalization were used in the article.

Results. The prospects of budgetary decentralization in the context of world experience are explored in the article, recent researches of domestic and foreign scientists on the issues of budgetary decentralization, its theoretical provisions and practice of implementation considering world experience are analyzed. The characteristic features of the organization of management based on the principles of centralization and decentralization are outlined. The development of the reform of the domestic budgetary system has been characterized, with four stages of its implementation highlighted. In particular, the following stages of development of the domestic budgetary system in the context of decentralization processes were identified: the first stage of reforming began in 1991 and was determined by the Law of Ukraine “On the Budgetary System” adopted on June 29, 1995; the second stage of budget reform saw the adoption and entry into force of the Budget Code of Ukraine in 2001; the third stage of the budget reform was characterized by the adoption of the Law of Ukraine “On Amendments to the Budget Code of Ukraine” on July 8, 2010; the fourth stage of the budget reform, which began on April 1, 2014 with the adoption of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of government in Ukraine, and continues to this day. In exploring world practice, three local government models have been identified: Anglo-Saxon, Continental and Mixed. The Anglo-Saxon model, characterized by a high level of autonomy of local self-government, is characteristic of countries such as: Great Britain, Ireland, USA, Canada, India, Australia, and New Zealand. The Continental model is characterized by a combination of direct government and local self-government, and is inherent in France, Italy, Spain, Portugal, Greece, Belgium, the Netherlands, Poland, Bulgaria, and Slovakia. The Mixed model is characterized by the combination of the role of local self-government as a local authority and a representative of state power, which is characteristic of Germany and Austria. The experience of implementing decentralization processes is reviewed in the examples of countries such as the United Kingdom, Poland, Slovakia, France and Germany.

Practical implications. It is determined that in the perspective of successful implementation of fiscal decentralization reform in Ukraine, it is advisable, in the light of the experience of the world practice, to align the exercise of budgetary powers to ensure the quality of public goods and services to the financial powers of local governments in the context of growing their own revenues sources of local budgets.

Value/originality. The article deals with theoretical and practical aspects of budget decentralization reform in Ukraine. Analyzing the national practice and the world experience of decentralization reform, its perspective directions of development are determined. In particular, it is growth of own sources of local budget revenues and an effective system of financial equalization of territories.

ВПЛИВ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ

THE IMPACT OF BUDGETARY POLICY ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE

УДК 336.14
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-50

Ізюмська В.А.
к.н.держ.упр., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара
Ляшко С.О.
студент
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

У статті розглянуто вплив бюджетної політики держави на соціально-економічний розвиток України. Визначено, що в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку нашої країни використання коштів централізованого грошового фонду для забезпечення належного функціонування і розвитку економіки, соціальної сфери є важливою умовою економічного зростання та стабілізації державних фінансів. Для оцінки ефективності проведеної бюджетної політики було проаналізовано основні макроекономічні показники, зокрема динаміку валового внутрішнього продукту країни та факторів, що на нього вплинули. Також було проаналізовано структуру і динаміку витрат бюджету, тому що саме через них втілюються у життя основні напрями соціальної та економічної політики країни. Проведений аналіз свідчить про переважне витрачання бюджетних коштів на соціальний розвиток та вкрай недостатнє фінансування економіки. За підсумками проведеного дослідження зроблено висновок, що основним завданням бюджетної політики в найближчі роки має стати трансформація бюджетних ресурсів у чинник економічного зростання. Бюджетні ресурси повинні бути вагомим джерелом інвестицій, що сприятиме підвищенню рівня життя населення.

Ключові слова: *державні фінанси, бюджетна політика, соціально-економічний розвиток, видатки бюджету, економічне зростання.*

В статье рассмотрено влияние бюджетной политики государства на социально-экономическое развитие Украины. Определено, что в условиях нестабильности социально-экономического развития нашей страны использование средств централизованного денежного фонда для обеспечения надлежащего функционирования и развития экономики, социальной сферы является важным условием экономического роста и стабилизации государственных финансов. Для оценки эффективности проводимой бюджетной политики были проанализированы основные макроэкономические показатели, в частности динамика валового внутреннего продукта страны и влияющих на него факторов. Также были проанализированы структура и динамика расходов бюджета, так как именно через них воплощаются в жизнь основные направления социальной и экономической политики страны. Проведенный анализ свидетельствует о расходовании бюджетных ресурсов преимущественно на социальное развитие и недостаточное финансирование экономики. По итогам проведенного исследования сделан вывод, что основной задачей бюджетной политики в ближайшие годы должна стать трансформация бюджетных ресурсов в фактор экономического роста. Бюджетные ресурсы должны быть весомым источником инвестиций, что будет способствовать повышению уровня жизни населения.

Ключевые слова: *государственные финансы, бюджетная политика, социально-экономическое развитие, расходы бюджета, экономический рост.*

The article deals with the influence of the state budgetary policy on the socio-economic development of Ukraine. Our country is in a situation of instability of socio-economic development. Therefore, the use of centralized monetary funds to ensure the proper functioning and development of the economy and social sphere is an important condition for economic growth and stabilization of public finances. In order to evaluate the effectiveness of the budgetary policy, the main macroeconomic indicators were analyzed, including the dynamics of the country's gross domestic product and the factors that influenced it. One of the important problems of budget execution in most countries of the world is the efficient use of budgetary resources. This problem is especially relevant for Ukraine, which implements budget policy in the context of significantly limited budget resources. The main directions of social and economic policy of the country are reflected in the budget items. Therefore, the structure and dynamics of budget expenditures according to functional classification were analyzed. The analysis shows that considerable budgetary funds are spent for social development. Budget expenditures for financing the economy are scarce. However, the consistently high share of social expenditures in the budget of Ukraine does not provide adequate social protection and proper quality of life for the population. This makes the existing model of social policy a hindrance to economic growth and a disadvantage for the development of human capital in Ukraine. An important task is to further optimize social expenditures in order to reduce their burden on the budget system. The structure of budget expenditures by functional classification indicates the subordination of budgetary policy to changes in the political sphere, focusing mainly on the fulfillment of current tasks and meeting the urgent needs of socio-economic development, as opposed to strategic development goals and goals of structural restructuring of the economy. In Ukraine, almost a third of gross domestic product is redistributed through the budget, so budget regulation should be a significant mechanism for influencing the socio-economic development of the country. The study concludes that the main task of budgetary policy in the coming years should be to transform budgetary resources into a factor of economic growth. Budget resources should be a significant source of investment that will help to improve the standard of living of the population.

Key words: *public finances, budget policy, socio-economic development, budget expenditures, economic growth.*

Постановка проблеми. Сьогодні економіка і державні фінанси країни перебувають в процесі нестабільного розвитку, що зумовлено як внутрішніми і зовнішніми причинами, так і невідповідністю здійснюваної останніми роками економічної і соціальної політики реальним економічним умовам. Бюджетна політика, будучи складовою фінансової політики держави, повинна стимулювати соціально-економічні процеси у суспільстві шляхом використання коштів централізованого грошового фонду для забезпечення належного функціонування і розвитку економіки, соціальної сфери, соціального захисту населення, оборони, управління, природоохоронної та зовнішньоекономічної діяльності.

Економічна ситуація позначилась на накопиченні проблем у бюджетній сфері, перед держа-

вою одночасно постали нагальні питання забезпечення макроекономічної стабілізації, створення стимулів для відновлення економічного зростання та покращення добробуту населення. В цей період бюджетна політика, значною мірою підпорядкована поточним завданням, виконувала функції перерозподілу та стабілізації. Подальший розвиток бюджетної політики характеризується розбудовою інституційних та методологічних засад її формування, підвищенням рівня системності реалізації бюджетних заходів. На сучасному етапі економічних перетворень розпочато процеси децентралізації бюджетної системи, гармонізації податкового законодавства у відповідності до європейських стандартів, проведено реструктуризацію зовнішнього державного боргу та створено передумови для запровадження фіскальних правил, що посилюватиме збалансованість бюджетної системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам використання бюджетної політики як ефективного механізму впливу на макроекономічні процеси в країні приділяє увагу багато науковців. Реалізація інструментів бюджетної політики повинна забезпечувати макроекономічний ефект у вигляді сталого соціально-економічного розвитку. Ключові аспекти означеної проблеми висвітлено у працях провідних українських вчених і практиків: О.Д. Василика, Г.В. Возняк [1]., Т.І. Єфименко, Ю.Б. Іванова, Т.А. Коляди [2], І.О. Лютого, І.О. Луніної, С.О. Рибака, В.М. Федосова, С.І. Юрія та інших. Віддаючи належне існуючим науковим напрацюванням з цієї проблематики, слід зауважити, що в сучасних складних умовах існування нашої держави бюджетна політика потребує значних додаткових досліджень саме з точки зору її впливу на соціальний та економічний розвиток країни.

Постановка завдання. Метою дослідження статті є вивчення процесів формування та реалізації бюджетної політики країни в системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України в умовах нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основу бюджетної політики як інструменту державного регулювання економіки складають стратегічні напрями соціально-економічної політики держави – вони визначають розміри і пропорції фінансових ресурсів, що централізуються державою, перспективи використання бюджетних коштів для вирішення економічних і соціальних завдань. Важливими цілями і завданнями бюджетної політики, яка взаємопов'язана із програмою довгострокового соціально-економічного розвитку, виступають зростання рівня споживання населення, удосконалення політики у сфері доходів бюджету, економія бюджетних видатків, збалансування бюджету, удосконалення міжбюджетних відносин, середньострокове та довгострокове бюджетне планування, посилення дієвості державного фінансового контролю. Стратегічна ефективність бюджетної політики відображає рівень впливу на соціально-економічну динаміку в країні. Критеріями при цьому виступають: динаміка основних макроекономічних показників (ВВП, обсяги виробництва, рівень інфляції, коливання валютного курсу, рівень зайнятості та реальних доходів населення тощо) у співставленні з наміченими пріоритетами. Для оцінки ефективності слід проаналізувати динаміку обсягів головного індикатору економіки країни – ВВП. Слід зазначити, що після 2013 року спостерігалося падіння обсягів номінального ВВП в доларовому еквіваленті в країні. За підсумками 2015 року номінальний ВВП знизився до 90,6 млрд. дол., що на 50,5% менше показника 2013 року, – це відобразило фундаментальну кризу вітчизняної економіки. Із 2016 по 2017 роки остання продемонструвала зростання номінального ВВП до 112,3 млрд. дол.. Крім того, статистичні дані свідчили про позитивну динаміку за реальним ВВП (2016 – + 2,4%; 2017 – +2,5%), хоча ці показники не корелювалися з падінням виробництва. На збільшення номінального ВВП вплинула грошово-кредитна політика держави, що спричинило посилення інфляції та стимулювало споживання через фінансування державних видатків.

За підсумками 2018 року номінальний ВВП у доларовому еквіваленті збільшився до 130,8 млрд. (3 558 млрд. грн.), що на 18,7% більше, ніж відповідний показник 2017 року. Динаміка номінального ВВП у гривневому та доларовому еквівалентах за 2013-2018 рр. зображена на рисунку 1.

На сучасному етапі економічний розвиток важко уявити без участі бюджетних коштів, адже бюджетні видатки виступають важливим інструментом впливу на динаміку соціально-економічного розвитку країни. Бюджетні видатки забезпечують реалізацію численних програм соціального, економічного, культурного розвитку країни, впливають на підвищення рівня доходів і якість життя громадян і сприяють впровадженню загальної економічної політики держави.

Видатки бюджету беруть участь у формуванні величини фондів споживання та нагромадження в державі, тому вони є важливим напрямком впливу на економічні та соціальні процеси. Загалом бюджетна політика у сфері державних видатків є досить вагомим інструментом впливу на соціально-економічний розвиток, особливо за умов проведення економічних реформ та обмеженості фінансових ресурсів держави [3]. Однією з важливих проблем виконання бюджету в більшості країн світу є ефективне використання бюджетних коштів. Особливо актуальна ця проблема для України, яка здійснює бюджетну політику в умовах значно обмежених бюджетних ресурсів.

В умовах структурної перебудови важливою є характеристика питомої ваги видатків бюджету у валовому внутрішньому продукті, що відображає

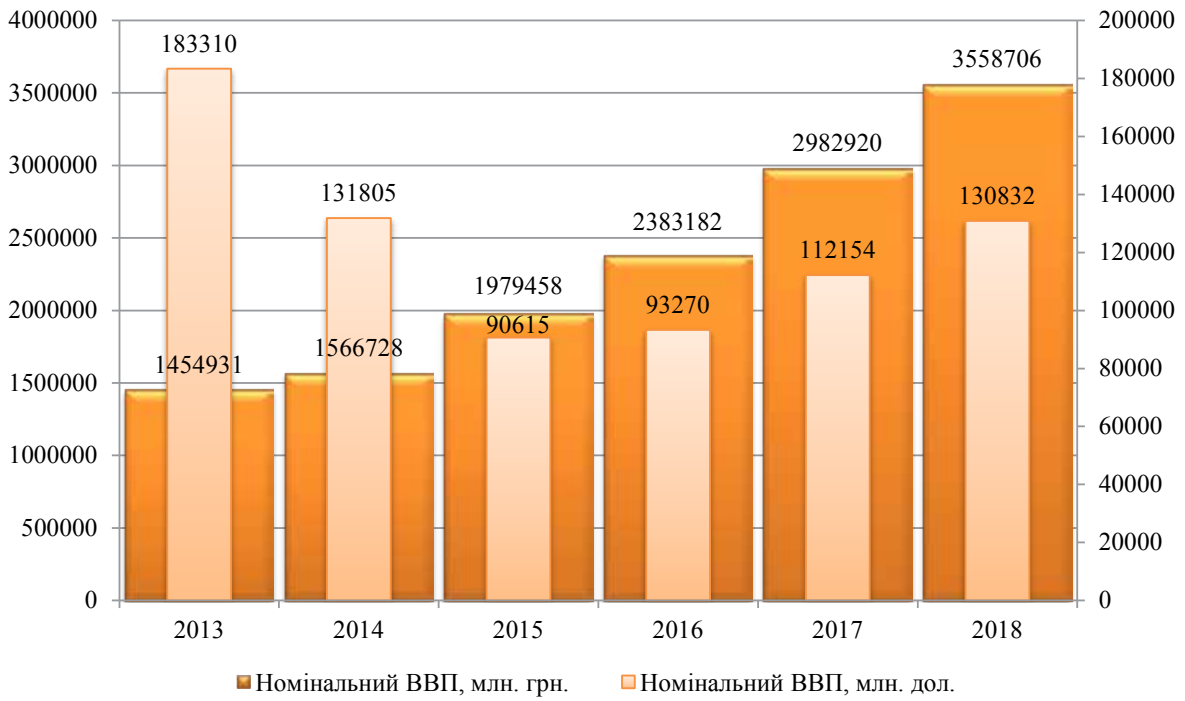


Рис. 1. Динаміка номінального ВВП у гривневому та доларовому еквівалентах за 2013-2018 рр.

рівень централізації та перерозподілу валового внутрішнього продукту через бюджетну систему України. Темпи зростання видаткової частини бюджету в основному перевищують темпи зростання валового внутрішнього продукту, що свідчить про збільшення навантаження на економічну систему. Високий рівень фіскального перерозподілу ставить в Україні високі вимоги щодо орієнтації структури бюджетних видатків на підтримку економічного зростання й структурної модернізації країни. Видатки зведеного бюджету України у % до валового внутрішнього продукту (ВВП) зображено на рисунку 2.

У період з 2011 по 2018 рр. середня питома вага видатків зведеного бюджету у ВВП становила 34,34%. При цьому збільшення частки видатків у складні періоди завдавало стимулюючого впливу для відновлення економічного зростання, проте не супроводжувалося якісними структурними змінами, про що свідчить збереження значної кризогенності та нерівномірності динаміки розвитку вітчизняної економіки. Недосконале інституційне середовище та корупційна складова обумовлюють значні ризики неефективного використання бюджетних коштів.

Структура бюджетних видатків за функціональною класифікацією до 2018 року свідчить про підпорядкованість бюджетної політики змінам в політичній сфері, орієнтацію переважно на виконання поточних завдань та задоволення насамперед невідкладних потреб соціально-економічного роз-

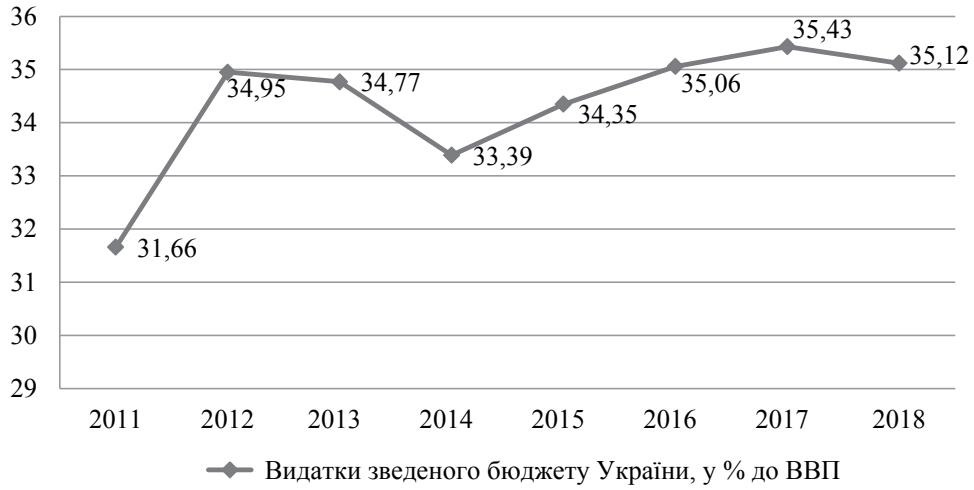


Рис. 2. Видатки зведеного бюджету України, у % до ВВП

витку на противагу стратегічним завданням розвитку та цілям структурної перебудови економіки.

За період 2001-2018 рр. найбільшу частку видатків Зведеного бюджету України у ВВП за функціональною класифікацією складали видатки на соціальний захист і соціальне забезпечення, що відображає важливість для держави забезпечення якісного рівня надання соціальних послуг, доступ усіх без винятку громадян до суспільних послуг і благ. Тенденцію до зростання мають видатки на оборону, що пов'язано з політичною ситуацією, у період 2016-2018 років видатки на оборону становили 2,57% у ВВП, що вдвічі більше, ніж попередні роки. Також зростають видатки на загальнодержавні функції, вагомою складовою яких є видатки на обслуговування боргу: у 2001-2018 роках – 4,26%, 2001-2005 роках – 3,85%, 2006-2010 роках – 3,61%, 2011-2015 роках – 4,55%, 2016-2018 роках – 5,52%. Негативним явищем для економіки також є падання частки видатків зведеного бюджету на економічну діяльність у ВВП: у 2001-2005 роках – 4,25%, 2006-2010 роках – 5,07%, 2011-2015 роках – 3,99%, 2016-2018 роках – 3,39%.

Але стабільно висока частка соціальних видатків бюджету України наразі не забезпечує належний соціальний захист і належну якість життя населення. Відсутність виважених реформ складових соціальної сфери призводить до марнування значної частки ресурсів, що вилучаються через фіскальні інструменти держави. Це робить наявну модель соціальної політики гальмівною для економічного зростання та несприятливою для розвитку людського капіталу в Україні. Важливим завданням є подальша оптимізація соціальних видатків з метою зменшення їх навантаження на бюджетну систему. Необхідним є верифікація соціальних виплат, розширення можливостей використання методик для якісного визначення рівня доходів у процесі розрахунку соціальних трансфертів.

Загальна величина видатків на економічну діяльність по відношенню до ВВП є вельми незначною зображено на рисунку 3.

За останнє десятиріччя стрімко знизилася частка видатків на економічну діяльність у структурі видатків зведеного бюджету – з 18,5% у 2004 р. до 6,9% у 2015 р., 2016 році – 7,9%. Причинами такого скорочення є як зміна засад державної підтримки з переорієнтацією з прямого бюджетного фінансування на встановлення податкових пільг, так і підвищення частки інших видатків, зокрема на виконання соціальних функцій держави та обслуговування державного боргу [4]. Але у 2017 році відбувся приріст на 9,7%. Що свідчить як про збільшення обсягів державних інвестицій (субвенцій), так і про зростання субсидій та допомог на покриття збитків підприємств окремих секторів економіки, зокрема сільського господарства та вугільної галузі. Зважаючи на те, що економічна діяльність є одним з найважливіших напрямів, від ефективності роботи якого безпосередньо залежить фінансування всіх інших функціональних розділів, обсяг його забезпечення вважаємо і досі низьким. На сьогоднішній день видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення значно перевищують видатки на економічну діяльність, що на думку деяких фахівців, і є причиною гальмування економічного розвитку країни [5].

Протягом досліджуваного періоду найстрімкіше падіння продемонстрували видатки на потреби

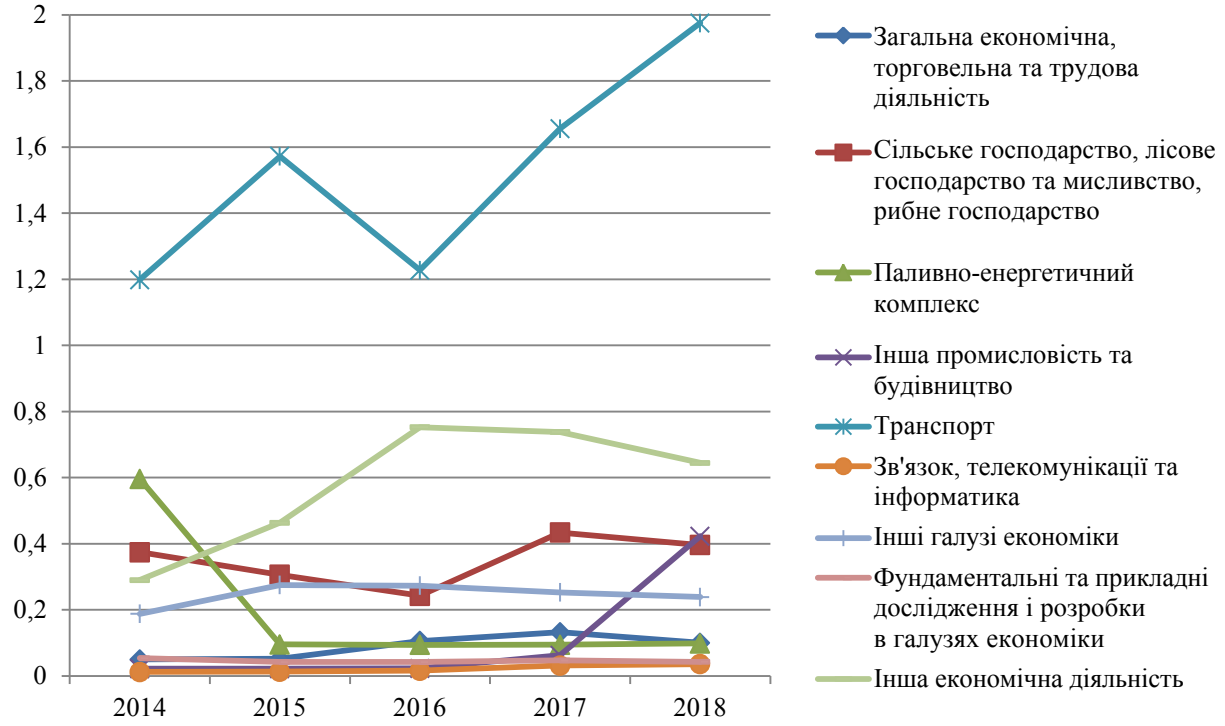


Рис. 3. Частка складових видатків зведеного бюджету на економічну діяльність, у % до ВВП

транспорту, паливно-енергетичного комплексу та сільського господарства. Причому злам відбувся у період економічної кризи 2008-2009 рр. Видатки на фундаментальні та прикладні дослідження і розробки в галузях економіки були завжди найнижчими у структурі видатків зведеного бюджету на економічну діяльність та досягали своїх максимальних значень у 2005, 2007 та 2008 рр. – 0,14% від ВВП, а в 2015 р. було профінансовано з бюджетів історичний мінімум – 0,04% від ВВП. Слід зазначити, що видатки країн ОЕСР на економічну діяльність в середньому складають 9,5% (за даними 2013 р.) і різняться від понад 25% в Греції до менш ніж 7% в Данії, Ізраїлі, Португалії і Сполученому Королівстві [3].

Частка бюджетних видатків на транспорт з 2007 по 2015 рр. скоротилась з 2,0% до 1,6% щодо ВВП. Понад 80% видатків у цій сфері спрямовується на дорожнє господарство. Власне на розвиток транспорту як сектору економіки виділяється порівняно незначна частка бюджетних коштів: на трубопровідний та інший транспорт – 4,5% в середньому, залізничний – 3,5%, автомобільний – 0,9%, повітряний – 3,1%, водний – 0,7% від загального обсягу видатків, що спрямовуються на транспорт. Для держави, що займає транзитне положення, має експортноорієнтовану економіку та значний знос транспортної інфраструктури це неприпустимо.

Спрямування коштів на реалізацію пріоритетних завдань держави, що мають на меті розробку та використання інноваційних технологій, розвиток людського капіталу, структурну перебудову економіки, відновлення промислового сектору економіки є важливим напрямом ефективної бюджетної політики. Постійний моніторинг і надання відповідної оцінки впливу бюджетної політики на показники соціально-економічного розвитку країни, її регіонів, позитивно впливатимуть на якість її реалізації та на розробку основних напрямів бюджетної політики на майбутні періоди.

Висновки з проведеного дослідження. Державне регулювання видатками бюджету дозволить досягти необхідних макроекономічних пропорцій та показників економічного зростання, сприяти розвитку економіки і соціальним перетворенням завдяки використанню сукупності бюджетних інструментів впливу на процес формування та виконання бюджету. Ефективна бюджетна політики у сфері видатків повинна займати вагоме місце у процесі регулювання соціально-економічного розвитку країни та її адміністративно-територіальних одиниць. Основним завданням бюджетної політики в найближчі роки має стати трансформація бюджетних ресурсів у чинник економічного зростання. Бюджетні ресурси повинні бути вагомим джерелом інвестицій, що сприятиме підвищенню рівня життя населення. В Україні за допомогою бюджету перерозподіляється майже третина валового внутрішнього продукту, отже бюджетне регулювання має стати вагомим механізмом впливу на соціально-економічний розвиток країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Возняк Г.В. Бюджетна політика розвитку регіонів України: сучасна парадигма і орієнтири подальших реформ: монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України», 2016. 520 с.

2. Коляда Т.А. Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика : монографія. Ірпінь : Університет ДФС України, 2016. 396 с.

3. Геєць В. М. Подолання квазіринковості – шлях до інвестиційно орієнтованої моделі економічного зростання. *Економіка України.* 2015. № 6. С. 4–17.

4. Висновки щодо виконання Державного бюджету України за 2018 рік. Рахункова палата України. Офіційний веб-сайт. URL: http://www.ac-rada.gov.ua (дата звернення: 28.11.2019).

5. Луніна І.О. Прості процедурні зміни для ефективних бюджетних рішень. *Дзеркало тижня.* 25.09.2015. URL: http://gazeta.dt.ua/finances/prostiprocedurni-zmini-dlya-efektivnih-byudzhetnih-rishen-.html (дата звернення: 28.11.2019).

6. Рибак С.О. Соціальна та інвестиційна складові бюджетної політики: проблеми взаємодії. *Фінанси України.* 2016. № 12. С. 73–80.

REFERENCES:

1. Voznjak Gh. V. (2016) Bjudzhetna polityka rozvytku reghioniv Ukrajiny: suchasna paradyghma i orijentyry podaljshykh reform [Budgetary policy of regional development of Ukraine: the current paradigm and guidelines for further reforms]. Ljviv: DU «Instytut reghionaljnykh doslidzhenj imeni M.I. Dolishnjogho NAN Ukrajiny». (in Ukrainian)

2. Koljada T. A. (2016) Formuvannja bjudzhetnoji strateghiji Ukrajiny: teorija, metodologhija, praktyka [Formation of budget strategy of Ukraine: theory, methodology, practice]. Irpinj: Universytet DFS Ukrajiny. (in Ukrainian)

3. Ghejecj V. M. (2015) Podolannja kvazirynkovosti – shljakh do investycijno orijentovanoji modeli ekonomichnogho zrostannja [Overcoming quasi-marketability is the path to an investment-oriented model of economic growth]. *Ekonomika Ukrajiny,* no. 6, pp. 4–17. (in Ukrainian)

4. Vysnovky shhodo vykonannja Derzhavnogho bjudzhetu Ukrajiny za 2018 rik. Rakhunkova palata Ukrajiny. Oficijnyj veb-sajt. [Accounting Chamber of Ukraine. The official website]. Available at: http://www.ac-rada.gov.ua (accessed 28 November 2019).

5. Lunina I. O. (2015) Prosti procedurni zminy dlja efektyvnykh bjudzhetnykh rishenj [Simple procedural changes for effective budget decisions]. *Dzerkalo tyzhnja.* Available at: http://gazeta.dt.ua/finances/prostiprocedurni-zmini-dlya-efektivnih-byudzhetnih-rishen-.html (accessed 28 November 2019).

6. Rybak S. O. (2016) Socialjna ta investycijna skladovi bjudzhetnoji polityky: problemy vzajemodiji [Social and investment components of budgetary policy: problems of interaction]. *Finansy Ukrajiny,* no. 12, pp. 73–80.

Izyumska Viktoria
Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance, Banking and Insurance
Oles Honchar Dnipro National University
Liashko Sofiia
Student
Oles Honchar Dnipro National University

THE IMPACT OF BUDGETARY POLICY ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE

The purpose of the article. The purpose of the article research is to study the processes of formation and implementation of the budgetary policy of the country in the system of state regulation of socio-economic development of Ukraine in conditions of instability. Today, the country's economy and public finances are in a process of unstable development. This is due to internal and external factors, as well as the inconsistency of recent economic and social policies with real economic conditions.

Methodology. The theoretical and methodological basis of the study is the legislative and regulatory acts of Ukraine on the formation and use of budgetary resources. The survey's information base is budget execution statistics from public financial institutions. The following research methods were used in the writing of the article: system analysis, comparative analysis and synthesis, system-structural analysis and statistical grouping methods.

Results. In order to evaluate the effectiveness of the budgetary policy, the main macroeconomic indicators were analyzed, including the dynamics of the country's gross domestic product and the factors that influenced it. One of the important problems of budget execution in most countries of the world is the efficient use of budgetary resources. This problem is especially relevant for Ukraine, which implements budget policy in the context of significantly limited budget resources. The main directions of social and economic policy of the country are reflected in the budget items. Therefore, the structure and dynamics of budget expenditures according to functional classification were analyzed. The analysis shows that considerable budgetary funds are spent for social development. Budget expenditures for financing the economy are scarce. However, the consistently high share of social expenditures in the budget of Ukraine does not provide adequate social protection and proper quality of life for the population. This makes the existing model of social policy a hindrance to economic growth and a disadvantage for the development of human capital in Ukraine. An important task is to further optimize social expenditures in order to reduce their burden on the budget system. The structure of budget expenditures by functional classification indicates the subordination of budgetary policy to changes in the political sphere, focusing mainly on the fulfillment of current tasks and meeting the urgent needs of socio-economic development, as opposed to strategic development goals and goals of structural restructuring of the economy. In Ukraine, almost a third of gross domestic product is redistributed through the budget, so budget regulation should be a significant mechanism for influencing the socio-economic development of the country.

Practical implications. The practical significance of the obtained results is that the main conclusions of the work have been brought to the level of practical recommendations that can be used by public authorities at different levels when implementing budgetary policy at the state and local levels.

Value/originality. The study concludes that the main task of budgetary policy in the coming years should be to transform budgetary resources into a factor of economic growth. Budgetary resources should be a significant source of investment in the country's industrial and industrial infrastructure. It will promote economic growth and improve the standard of living of the population.

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ
AREAS OF OPTIMIZATION OF EXCISE TAXATION IN UKRAINE

УДК 336.226.33
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-51

Кміть В.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівський національний університет імені Івана Франка
Антосюк В.І.
студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті досліджено особливості акцизного оподаткування в Україні. Характеризуючи переваги та недоліки акцизного оподаткування, доведено необхідність його оптимізації. Проаналізовано досвід зарубіжних країн та податкові законопроекти України, які допоможуть удосконалити вітчизняне податкове законодавство відповідно до процесів інтеграції України до Європейського Союзу. З огляду на той факт, що система акцизного оподаткування в Україні є надто суперечливою як із погляду її реформування парламентарями, так і з погляду громадян, які є кінцевими споживачами підакцизної продукції, ми переконалися у тому, що це питання потребує глибокого вивчення. Водночас вибрана тема дослідження залишається вкрай актуальною і нині, оскільки податковий механізм справляння та адміністрування акцизного податку не є досконалим і характеризується значною кількістю недоліків. Тому акцизне оподаткування, як і вся податкова система України, перебуває під вектором змін на шляху гармонізації українського податкового законодавства із законодавством Європейського Союзу та потребує максимально ґрунтовного дослідження.

Ключові слова: *система непрямого оподаткування, акцизне оподаткування, акцизний податок, акцизний податок із роздрібного продажу підакцизних товарів, оптимізація, податкове законодавство.*

В статье исследованы особенности акцизного налогообложения в Украине. Характеризуя преимущества и недостатки акцизного налогообложения, доказана необходимость его оптимизации. Проанализирован опыт зарубежных стран и налоговые законопроекты Украины, которые помогут усовершенствовать отечественное налоговое законодательство в соответствии с процессами интеграции Украины в Европейский Союз. Учитывая тот факт, что система акцизного налогообложения в Украине слишком противоречива как с точки зрения ее реформирования парламентариями, так и с точки зрения граждан, которые являются конечными потребителями подакцизной продукции, мы убедились в том, что данный вопрос требует глубокого изучения. Вместе с тем выбранная тема исследования остается крайне актуальной и на сегодняшний день, поскольку налоговый механизм администрирования акцизного налога не является совершенным и характеризуется значительным количеством недостатков. Именно поэтому акцизное налогообложение, как и вся налоговая система Украины, находится под вектором изменений на пути гармонизации украинского налогового законодательства с законодательством Европейского Союза и требует максимально тщательного исследования.

Ключевые слова: *система косвенного налогообложения, акцизное налогообложение, акцизный налог, акцизный налог с розничных продаж подакцизных товаров, оптимизация, налоговое законодательство.*

The article explores the features of excise taxation in Ukraine. Characterizing the advantages and disadvantages of excise tax, the necessity of its optimization is proved. The experience of foreign countries and tax bills of Ukraine are analyzed, which will help to improve the national tax legislation in accordance with the processes of integration of Ukraine into the European Union. If to talk about the purpose of this article, it is quite simple. We have to learn the features of excise taxation of Ukraine, to clarify the problematic aspects and to suggest possible directions for improvement in the context of Ukraine's integration to full EU membership. According to the purpose of our article, what we want to get from the readers are not only examine tax awareness, but also perception of tax payer's and their influence on voluntary tax compliance decision. In our work, we considered an issue of experience of excise taxation in EU countries and its features in Ukraine. Analysing it, we understood the importance of awareness about excise taxes and how it in positive and negative way can influence on the economy of our country. It is well known that Ukraine is gradually entering the international arena, opening up its market for foreign goods, which in turn leads to a large number of unresolved issues related to taxation, today the most pressing issue is the optimization of excise taxation using the experience of developed countries. What is more, the system of excise taxation in Ukraine is too contradictory both from the point of view of its reformation by the parliamentarians and from the point of view of citizens who are the end consumers of excisable products. At the same time, the chosen topic of the research has been very relevant today, since the tax mechanism of excise tax administration and administration is not perfect, as it is characterized by a large number of disadvantages. That is why excise tax, like the entire tax system of Ukraine, is under the vector of changes in the way of harmonization of the Ukrainian tax legislation with the legislation of the European. Accordingly, the topic of the article definitely needs further theoretical research.

Key words: *indirect taxation system, excise taxation, excise tax, excise tax on retail sales of excisable goods, optimization, tax legislation.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі вдосконалення податкової системи України вкрай важливим завданням є адаптація вітчизняних норм оподаткування до норм та правил Європейського Союзу, гармонізація податкового законодавства, його вдосконалення та усунення наявних недоліків з урахуванням зарубіжного досвіду. Насамперед це питання стосується акцизного оподаткування як найбільш дискусійної теми в контексті гармонізації національної системи непрямого оподаткування до вимог Європейського Союзу.

Варто додати, що система акцизного оподаткування в Україні є надто суперечливою як із погляду її реформування парламентарями, так і з погляду громадян, які є кінцевими споживачами підакцизної продукції. Відповідно до цього, можемо дійти висновку, що це питання потребує глибокого вивчення та системного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням різноманітних аспектів акцизного оподаткування в Україні присвячені праці багатьох учених, серед яких варто виокремити таких, як В. Андрущенко, Д. Гетманцев, О. Данілов, А. Дмитренко, А. Дрига, Ю. Іванов, Л. Касьяненко, В. Коротун, А. Крисоватий, М. Кучерявенко, Г. Лебедик, І. Лютий, І. Майбуров, Н. Новицька, Т. Паєнтко,

А. Соколовська, І. Хлєбнікова, О. Фрадинський та М. Ярош. Результати досліджень згаданих науковців певною мірою сприяли розв'язанню багатьох складних завдань, що покликані покращити національну систему акцизного оподаткування.

Водночас вибрана тема дослідження залишається вкрай актуальною і натепер, оскільки податковий механізм справляння та адміністрування акцизного податку не є досконалим, оскільки характеризується значною кількістю недоліків. Тому акцизне оподаткування, як і вся податкова система України, перебуває під вектором змін на шляху гармонізації українського податкового законодавства із законодавством Європейського Союзу та потребує максимально ґрунтовного дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення особливостей акцизного оподаткування України, з'ясування проблемних аспектів та пропозиція можливих напрямів удосконалення в контексті інтеграції України до повноправного членства в ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Більшість країн світу не є досить забезпеченими необхідними коштами для досягнення соціально-економічного розвитку своїх регіонів. Для того, аби вирішити цю проблему, варто будувати ефективну систему оподаткування та вдосконалювати чинну податкову політику. Податки виступають головним джерелом наповнення бюджету країни та місцевих бюджетів. Саме тому важливо регулювати економічні процеси у сфері акцизного оподаткування як на рівні держави, так і на рівні регіонів.

Залежно від характеру охоплення товарів оподаткуванням акцизи поділяються на специфічні та універсальні. Найбільш поширеною формою універсального акцизу є податок на додану вартість, який характеризується як багаторівневий податок з обороту. Сутність специфічних акцизів полягає в тому, що не всі товари підлягають оподаткуванню, а лише окремі їхні види, причому є різні підходи до оподаткування різних груп підакцизних товарів.

Специфічним акцизом є акцизний податок, що встановлюється на окремі види товарів, які, як правило, не належать до речей першої необхідності і рівень рентабельності яких досить високий за диференційованими ставками.

Отож, акцизний податок є важливою складовою частиною в податкових надходженнях, а порядок його справляння регламентовано Розділом VI Податкового кодексу України (далі – ПКУ) [1].

Під акцизним оподаткуванням розуміємо законодавчо врегульований процес встановлення та утримання акцизних податків у країні, визначення їхніх розмірів та ставок, відповідних об'єктів, а також порядок справляння та адміністрування акцизних податків.

Аналізуючи еволюцію акцизного оподаткування в Україні, можемо виділити чотири основні етапи. Перший етап (період: до 1999 року) характеризується тим, що акцизним збором оподатковується певний перелік монопольних товарів, що раніше оподатковувалися податком з обороту. Другий етап (період 2000–2002 рр.) – система акцизів набула рис, характерних для оптимального акцизного оподаткування, підакцизними залишились алкогольні напої, тютюнові вироби, нафтопродукти, автомобілі та ювелірні вироби. Третій етап (період 2003–2010 рр.) – зі складу підакцизних товарів виключено ювелірні вироби, запроваджено змішані ставки акцизного збору (об'єднують специфічну та адвалорну складові частини). Четвертий етап (період із 2011 року до сьогодення) – замість акцизного збору запроваджено акцизний податок, закріплено діючі групи підакцизних товарів та відповідні ставки до кожної з них.

Акцизному оподаткуванню властиві як переваги, так і недоліки, попри те, що застосування акцизного оподаткування в Україні має тривалу історію його становлення та розвитку.

Акцизне оподаткування має свої переваги: нейтральність щодо вибору між поточним та майбутнім споживачем; прийнятність для економічно активного населення, порівняно з податками на доходи; вища фіскальна ефективність, оскільки їхня база менш чутлива до коливань економічної кон'юнктури; змога оподатковувати доходи, які не були оподатковані податком на доходи; легкість адміністрування, оскільки кількість платників акцизів менша, ніж кількість платників податку на доходи; змога регулювати споживання окремих товарів [2, с. 64].

Недоліками акцизного оподаткування в Україні є: вплив на ціни; неповне врахування платоспроможності споживачів, оскільки за однакових умов споживання індивіди можуть мати різну платоспроможність; більша частка в доходах малозабезпечених верств населення, а тому вони вважаються менш справедливими; обмеження споживання, що у довгостроковій перспективі може призвести до скорочення обсягів виробництва; зменшення обсягів доходу, який міг би бути спрямований на заощадження; збільшення ризику тіньового товарообігу [2, с. 65].

Оскільки акцизне оподаткування як частина системи непрямого оподаткування є одним із бюджетоутворюючих (див. табл. 1) та, окрім того, має важливе соціальне значення і дає державі змогу виконувати перерозподільну функцію, то ключовим принципом розроблення нової, оптимальної концепції оподаткування повинно бути встановлення таких правил визначення та адміністрування акцизів, які б максимально унеможливили ухилення від оподаткування як законними, так і незаконними методами, а також забезпечили уникнення негативних наслідків шляхом гармонійного поєднання фіскальної та стимулюючої функцій податку.

Таблиця 1

Структура непрямих податків у доходах зведеного бюджету України за період 2014–2018 рр.

Показники	Роки									
	2014		2015		2016		2017		2018	
	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%
Податок на додану вартість	8,8	70,7	7,4	61,6	11,1	65,9	11,2	70,6	13,5	75,1
Акцизний податок	***2,8***	***22,9***	***2,9***	***24,5***	***4,8***	***28,4***	***3,8***	***24,3***	***3,6***	***20,2***
Мито	0,8	6,4	1,7	13,9	1	5,7	0,8	5,0	0,9	4,7
Всього непрямих податків	12,4	100	12	100	16,9	100	15,8	100	18	100

Джерело: сформовано на основі даних ДКСУ [5]

З огляду на те, що Україна поступово виходить на міжнародну арену, відкриваючи свій ринок для іноземних товарів, що приводить до виникнення великої кількості неврегульованих питань, які стосуються оподаткування, сьогодні особливо актуальним питанням є оптимізація акцизного оподаткування з використанням досвіду розвинених країн світу.

Під оптимізацією акцизного оподаткування відомий вчений В.І. Коротун розуміє таке співвідношення між витратами на адміністрування акцизного оподаткування та його фіскальним значенням для доходів бюджетів всіх рівнів, за якого відбувається забезпечення сталого економічного розвитку держави [4, с. 181].

Система акцизного оподаткування у провідних країнах світу формується з огляду на необхідність дотримання балансу інтересів виробників та споживачів, суспільної необхідності підтримки галузей та регіонів, зайнятості населення, інших пріоритетів соціально-економічної політики. Також враховуються питання здоров'я населення, суспільного порядку, необхідності обмеження соціальних наслідків зловживання алкоголем [2, с. 88].

Як свідчить аналіз різних підходів, що є в світовій практиці, немає єдиної думки щодо визначального напряму реалізації акцизної політики. Кожна країна по-своєму встановлює баланс, зважаючи на реалії часу, вплив тих чи інших політичних течій, трансформацію суспільної свідомості та системи цінностей. Разом із тим загальні підходи, якими користуються країни Європейського Союзу, можуть бути прийнятими за основу у процесі розроблення акцизної політики в Україні [2, с. 218].

Як відомо, положення податкової системи ЄС визначають мінімальні рівні акцизного податку, але всі держави-члени можуть на основі власної фіскальної політики вільно встановлювати та застосовувати більш високі ставки акцизного податку. Для таких країн, як Польща, які не прийняли загальну валюту, це породжує зобов'язання переглядати оподаткування акцизних товарів щорічно та за необхідністю пристосовувати податкові ставки до національної валюти відповідно до зміни курсу євро. До прикладу, ставки акцизного податку виражаються в злотих на одиницю цього продукту (паливо, алкоголь, електроенергія), у відсотках від максимальної роздрібної ціни (тютюнові вироби) та у відсотках від ціни на продукцію (парфуми). Як приклад, акцизний податок на вино становить 158,00 злотих за 1 гектолітр [6].

Ймовірно, Міністерство фінансів Польщі запропонує акцизне оподаткування висушеного тютюну, звісно, якщо буде виявлено незаконну плантацію. Водночас акцизним податком обкладається лише продаж сушеного тютюну та його придбання в межах громади. Крім того, планується посилити контроль за вживанням денатурованого спирту, який залишається неоподатковуваним за умови, що він використовується виключно для промислових цілей, а не для споживання.

Важливо додати, що нині Державна податкова служба України (далі – ДПСУ) працює над впровадженням електронного сервісу «Електронний кабінет платника податків», який дозволить платнику працювати з органами ДПСУ в режимі on-line. А це означає, що платник податків матиме змогу підготувати, заповнити і надіслати податкову звітність в електронному вигляді, одержувати повідомлення і нагадування з питань оподаткування, індивідуальний податковий календар, інформацію про заборгованість зі сплати податків. Крім того, Е-готовність ДПСУ має також низку інших прогнозованих переваг, як приклад – зменшення корупції, збільшення доходів бюджету та підвищення рівня добровільності сплати податків платниками.

Зокрема, одним з електронних сервісів контролю за обігом підакцизних товарів, введених ДПСУ для платників податків, є електронний акциз (Е-акциз). Цей сервіс дасть змогу органам ДПСУ якісніше моніторити підакцизні товари, зокрема спирт, алкогольні та тютюнові вироби. Також цей сервіс покликаний унеможливити тіньовий оборот підакцизних товарів та створити справедливі конкурентні умови для всіх учасників ринку.

Загалом введення Е-акцизу, на нашу думку, є фундаментальним кроком на шляху до електронізації податкових послуг в Україні.

Також треба наголосити, що в Україні впродовж 21–27 жовтня 2019 року у Верховній Раді було зареєстровано шість законопроектів, спрямованих на внесення суттєвих змін до ПКУ. Серед них є і проект

Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування готових сполучних нікотиновмісних рідин, що використовуються в електронних сигаретах» (далі – Законопроект) [3].

Законопроект було розроблено з метою встановлення ставок акцизного податку на рідини, що використовуються в електронних сигаретах, та підготовлено на основі досвіду європейських країн, які вже запровадили аналогічний податок, зокрема не лише Польща, про яку ми згадували вище, але й Італія, Фінляндія, Естонія, Кіпр, Латвія, Литва, Румунія, Португалія, Греція. Зважаючи на те, що електронні сигарети все ще є відносно новим споживчим товаром, податкова ємність залишається невизначеною та потребує перевірки на практиці шляхом встановлення податкового рівня, який є нижчим порівняно із сигаретами. Саме такий підхід було використано у більшості країн ЄС, які запровадили оподаткування рідин, що використовуються у електронних сигаретах. Під час розрахунків ставок акцизного податку, що пропонується встановити законопроектом, за основу було взято ставки, які нині діють у Польщі, а саме – 0,5 польських злотих за мілілітр рідини, що еквівалентно 3,55 грн. Водночас ставки акцизного податку (мінімальне акцизне зобов'язання) на сигарети, що діє у Польщі, нині відрізняються від ставок, встановлених в Україні на 2019 рік, у 3,2 разу (ставка мінімального акцизного зобов'язання у Польщі нині становить 98,02 євро за тисячу штук, тоді як в Україні за курсом НБУ ставка акцизного податку (мінімальне акцизне зобов'язання) на 2019 рік становить близько 30,23 євро) [4, с. 4].

Варто додати, що у деяких європейських країнах акцизний податок на тютюнові вироби досягає 75% від кінцевої ціни.

З огляду на зобов'язання України за Угодою про асоціацію між Україною та ЄС щодо поступового наближення ставок акцизного податку до рівня ставок, що діє в Європейському Союзі, нині пропонується застосувати наявне співвідношення між ставками акцизного податку на сигарети та застосувати його для визначення ставок акцизного податку на рідини, що використовуються в електронних сигаретах.

Прийняття Законопроекту [3] дозволить імплементувати європейський досвід акцизного оподаткування нікотиновмісних рідин, що використовуються в електронних сигаретах, сприятиме додатковим надходженням до державного бюджету України та створить передумови для поліпшення соціально-економічного стану країни на довгострокову перспективу.

Проблемним, на нашу думку, є застосування в Україні акцизного податку з роздрібного продажу підакцизних товарів, який впроваджено з 1 січня 2015 р., відповідно до Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» [7] і який за своєю сутністю не є акцизом, оскільки його законодавче регламентування суперечить ст. 1 Директиви Ради 2008/118/ЄС.

Іншими податковими колізіями є: по-перше, відповідно до норм ПКУ цей акцизний податок не належить до складу місцевих податків; по-друге, базою оподаткування є вартість (із ПДВ) реалізованих через роздрібну торговельну мережу підакцизних товарів. Тобто базою оподаткування є сума собівартості, включаючи специфічні та адвалорні компоненти акцизного податку та ПДВ. На все це нараховується ще й роздрібний акцизний податок.

Ставки акцизного податку з роздрібного продажу підакцизних товарів (пива, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших об'єктах громадського харчування) встановлюються за рішенням сільської, селищної або міської ради у відсотках від вартості (з ПДВ), у розмірі 5% (пп. 215.3.10 п. 215.3 ст. 215 ПКУ [3]).

Таким чином, акцизний податок з роздрібного продажу – це фактично подвійне, а то й потрійне оподаткування, що суперечить основним принципам оподаткування. Також наголосимо, що більшість платників цього податку – це суб'єкти малого підприємництва, що перебувають на спрощеній системі оподаткування. Таких в Україні налічується близько 100 тис., а отже, проконтролювати таку кількість підприємців на предмет використання касових апаратів під час здійснення кожної операції є малоймовірним. Як наслідок, продаж підакцизної продукції кінцевим споживачам здійснюється без сплати акцизного податку з роздрібного продажу, а це колосальні суми, які не потрапляють до місцевих бюджетів, а перебувають у «тіньовому» секторі.

Тому, на нашу думку, логічним є скасування акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів, оскільки зазначений податок може бути сплачений на етапі розмитнення або виробництва, а вже потім розподілений у місцеві бюджети. Іншим варіантом є скасування цього податку із компенсацією відповідних втрат надходжень місцевих бюджетів за рахунок податку на доходи фізичних осіб або майнових податків.

Справляння цього виду акцизу з роздрібного продажу не застосовується в жодній країні. Такий механізм також не передбачено і директивами ЄС, зобов'язання щодо імплементації яких взяла на себе Україна у межах Угоди про Асоціацію.

Погоджуємося із В.І. Коротуном, на думку якого, є безліч додаткових напрямів гармонізації подат-

кового законодавства України, що дадуть змогу врегулювати функціонування акцизного податку, зокрема [4, с. 104–105]:

– удосконалення переліку підакцизних товарів через введення до його складу товарів, які за своєю сутністю є підакцизними із запровадженням відповідного контролю за їх виробництвом та обігом; запровадження поетапного підвищення розміру ставок податку, в тому числі і через удосконалення механізму індексації ставок, встановлених у національній валюті;

– проведення диференціації ставок податку в межах товарних груп; удосконалення митного законодавства та митного контролю;

– впровадження європейської системи контролю за виробництвом та обігом підакцизних товарів, яка має передбачати застосування електронного контролю за просуванням підакцизних товарів по всьому ланцюгу – від виробника до кінцевого споживача;

– удосконалення системи надання пільг зі сплати акцизного податку через проведення оцінки доцільності та ефективності їх існування, скорочення кількості, в тому числі і через переведення виробників та оптових операторів ринку підакцизної продукції виключно на загальну систему оподаткування, через оптимізацію системи сертифікації підакцизної продукції, сприяння зростанню рівня виробництва вітчизняних алкогольних напоїв і тютюнових виробів тощо.

Впровадження зазначених вище заходів у сфері акцизного оподаткування дасть змогу наблизитися до моделі, яка б забезпечила поєднання фіскальної ефективності з одночасним забезпеченням належного регулюючого впливу на соціально-економічні явища та процеси. Причому ключовими вимогами до формування і реалізації політики акцизного оподаткування мають бути такі, як компромісність, комплементарність податкових змін, відмова від радикальних податкових ініціатив, стабільність та гнучкість.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, завдяки проведеному дослідженню ми дійшли висновку, що для оптимізації системи акцизного оподаткування необхідно провести гармонізацію законодавчої бази відповідно до Директив Ради Європейського Союзу щодо акцизного оподаткування, покращити методи контролю виробництва й обігу підакцизних товарів, поетапно підвищити ставки акцизного податку до досягнення ними рівня оподаткування в Європі та скасувати акцизний податок із реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 2 грудня 2010 р. № 2755. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 26.12.2019).

2. Дмитренко А.В., Лебедик Г.В. Особливості справляння акцизного податку в Україні та практика оподаткування. *Eurasian Academic Research Journal*. 2017. № 12. С. 61–66.

3. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування готових сполучних нікотиновмісних рідин, що використовуються в електронних сигаретах : Проект Закону від 21 жовтня 2019 р. № 22.

4. Коротун В.І. Гармонізація специфічного акцизного оподаткування України до вимог ЄС. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. 2010. № 8. С. 98–106.

5. Річний звіт про виконання державного бюджету за 2018 рік. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua/filestorage/richnij-zvit-pro-vikonannya derzhavnogo-byudzhetu-ukrayini-za-2018-rik (дата звернення: 26.12.2019).

6. Podatek akcyzowy – ogólne zasady opodatkowania. *A brochure of the Ministry of Finance*. URL: www.mf.gov.pl (дата звернення: 26.12.2019).

7. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : Закон України від 28 грудня 2014 р. № 71–VIII.

REFERENCES:

1. Podatkovyj kodeks Ukrajiny : Zakon Ukrajiny vid 02.12.2019 № 2755 [Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 02.12.2010 № 2755]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed 26 December 2019).

2. Dmytrenko A. V., Lebedyk Gh. V. (2017) Osoblyvosti spravljannja akcyznogho podatku v Ukrajini ta praktyka opodatkuvannja [Features of excise tax collection in Ukraine and practice of taxation]. *Eurasian Academic Research Journal*, no 12, pp. 61−66.

3. Pro vnesennja zmin do Podatkovogho kodeksu Ukrajiny shhodo opodatkuvannja ghotovykh spoluchnykh nikotynovmisnykh ridyn, shho vykorystovujutjsja v elektronnykh sygharetakh [Draft Law on Amendments to the Tax Code of Ukraine on Taxation of Prepared Binding Liquids Contained in Electronic Cigarettes No. 21 of October 22, 2019]. (in Ukrainian)

4. Korotun V. I. (2010) Gharmonizacija specyfichnogho akcyznogho opodatkuvannja Ukrajiny do vymogh JeS [Harmonization of Ukraine's specific excise tax to EU requirements]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration,* no. 8, pp. 98–106.

5. Richnyj zvit pro vykonannja derzhavnogho bjudzhetu za 2018 rik [Annual Report on Implementation of the State Budget for 2018]. Available at: https://www.treasury.gov.ua/en/filestorage/richnij-zvit-pro-vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu-ukrayini-za-2018-rik (accessed 26 December 2019).

6. Data akcyzowy – ogólne zasady opodatkowania, a brochure of the Ministry of Finance. Available at: www.mf.gov.pl (accessed 26 December 2019).

7. Pro vnesennja zmin do Podatkovogho kodeksu Ukrajiny ta dejakykh zakonodavchykh aktiv Ukrajiny shhodo podatkovoji reformy : Zakon Ukrajiny vid 28 ghrudnja 2014 r. 71–VIII. (in Ukrainian)

Kmit Vira
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Money Circulation and Credit
Ivan Franko National University of Lviv
Antosyuk Vladyslava
Student
Ivan Franko National University of Lviv

AREAS OF OPTIMIZATION OF EXCISE TAXATION IN UKRAINE

The purpose of the article. The excise tax was originally associated with so-called luxury goods (perfumes, furs, hunting weapons), but throughout all the years of its validity, due to harmonization with EU regulations, its character changed significantly. Provisions of the EU tax system specify minimum levels of the excise tax. However, all Member States may, on the basis of their own fiscal policy, freely set and apply higher rates of the excise tax. This type of solution causes a significant differentiation, within the European Union, of the amount of tax burden for individual categories of excise goods. For countries such as Poland, which have not adopted the common currency, and Ukraine as well, this generates an obligation to review the taxation of excise goods annually and, if necessary, adjust its rates to the national currency according to the changing euro exchange rate. Obviously, the European Union, having regard to trade facilitation, strives to even out the rates of the excise tax throughout the entire community. What is more, the system of excise taxation in Ukraine is too contradictory both from the point of view of its reformation by the parliamentarians and from the point of view of citizens who are the end consumers of excisable products. Accordingly, the topic of the article definitely needs further theoretical research.

Methodology. The purpose of this article is to analyze the peculiarities of excise taxation of Ukraine and to consider directions of improvement of the tax legislation in accordance with the processes of integration of Ukraine into the European Union.

Results. In order to improve the excise tax system, we came to the conclusion that it is necessary to: first of all, harmonize the legislative framework in accordance with the Council Directives on excise taxation, improve methods of controlling production and circulation of excise goods, gradually increase excise tax rates to achieve taxation in Europe and increase taxation practices in Europe Most European countries, for example, are perhaps the most important areas of excise tax improvement.

In addition, the adaptation of the domestic system of legislative substantiation of indirect taxes to the norms and requirements of the European Union regarding harmonization of the tax base and objects, terminology and tax rates should also be distinguished; simplifying the administration system by introducing an electronic administration system and using digital marking technologies; expanding the list of excisable goods through taxation of luxury goods (jewelry, expensive cars) and tax bases (excise taxation of the costs of marketing activities of enterprises producing alcohol / tobacco products); the creation of a system of preferential taxation in accordance with the requirements of the European Union and in order to support the national producer, because these methods of improving the functioning of excise taxation, according to many scientists and the example of European countries, will create the preconditions for improving the socio-economic status of the country in the long run.

Practical implications. According to the purpose of our article, what we want to get from the readers are not only examine tax awareness, but also perception of tax payer's and their influence on voluntary tax compliance decision.

Value/originality. In our work, we considered an issue of experience of excise taxation in EU countries and its features in Ukraine. Analysing it, we understood the importance of awareness about excise taxes and how it in positive and negative way can influence on the economy of our country.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE PUBLIC INTERNAL FINANCIAL CONTROL OF THE BUDGETARY PROCESS IN UKRAINE

УДК 342.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-52

Коломийчук Н.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів імені С.І. Юрія
Тернопільський національний економічний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти проведення державного внутрішнього фінансового контролю, обґрунтовано необхідність здійснення та посилення його ролі в умовах трансформаційних перетворень. Автором статті проаналізовано розвиток і стан державного внутрішнього фінансового контролю, визначено проблеми у цій сфері, обґрунтовано напрями вдосконалення функціонування органів, які реалізують завдання цього виду контролю в Україні. Досліджено зарубіжний досвід державного внутрішнього фінансового контролю та можливості його впровадження у вітчизняну практику. Доведено, що високий рівень законності і дисципліни у сфері формування, розподілу та використання фінансових ресурсів – один із критеріїв правової держави, а державний фінансовий контроль є однією з найважливіших функцій державного управління, яка полягає у сприянні реалізації фінансової політики держави, забезпеченні процесу формування й ефективного використання фінансових ресурсів держави для досягнення поставлених цілей.

Ключові слова: *контроль, державний контроль, державний внутрішній контроль, бюджетний процес, система контролю.*

В статье рассмотрены теоретические аспекты проведения государственного внутреннего финансового контроля в бюджетном процессе, обоснована необходимость осуществления и усиления его роли в условиях трансформационных преобразований. Автором статьи проанализировано развитие и состояние государственного внутреннего финансового контроля, определены проблемы в этой сфере, обоснованы направления совершенствования функционирования органов, реализующих задачи этого вида контроля в Украине. Исследован зарубежный опыт государственного внутреннего финансового контроля и возможности его внедрения в отечественную практику. Доказано, что высокий уровень законности и дисциплины в сфере формирования, распределения и использования финансовых ресурсов – один из критериев правового государства, а государственный финансовый контроль является одной из важнейших функций государственного управления, заключается в содействии реализации финансовой политики государства, обеспечении процесса формирования и эффективного использования финансовых ресурсов государства для достижения поставленных целей.

Ключевые слова: *контроль, государственный контроль, государственный внутренний контроль, бюджетный процесс, система контроля.*

The relevance of the research topic is due to the fact that state financial control is one of the main means of implementing the financial and legal policy, the most important lever of the financial mechanism. Its purpose is to facilitate the successful implementation of financial strategy and tactics, the expedient and efficient allocation and use of financial resources. A high level of legality and discipline in the field of formation, distribution and use of public funds is one of the criteria of the rule of law. Ensuring the effective formation and use of budget funds, which contributes to strengthening the economic power of the country and increasing the well-being of citizens, is one of the main problems of modern economic development of our country. One of the ways to solve it is to improve the system of public internal financial control. In the conditions of development of market relations in Ukraine and radical changes in the economic and political structures of the state, a system of state financial control was formed. However, it is ineffective, as evidenced by the increase in the number and volume of budget offenses. At the present stage, the scientific and practical task of forming an effective system of state internal financial control, developing methodological provisions of its functioning and development, assessing the effectiveness of interaction of subjects and objects of control, introduction of new types, forms and methods of control aimed at increasing effectiveness of the budget process. The article discusses the theoretical aspects of conducting the state internal financial control in the budget process, substantiates the necessity of realization and strengthening of its role in the conditions of transformational transformations. The foreign experience of state internal financial control and the possibility of its implementation in domestic practice are investigated. A high level of legality and discipline in the area of formation, distribution and use of financial resources is one of the criteria of the rule of law, and public financial control is one of the most important functions of public administration, which is to facilitate the implementation of financial policy of the state, to ensure the process of formation and efficient use of financial resources of the states to achieve their goals.

Key words: *control, state control, state internal control, budget process, control system.*

Постановка проблеми. Сучасний стан системи державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі є незадовільним, а факти нецільового використання, неповернення бюджетних коштів, малоефективного управління і відчуження державної власності спостерігаються часто. Аналіз ефективності державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі дав змогу виявити значну кількість проблем, пов'язаних з його становленням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні основи державного фінансового контролю і державного внутрішнього фінансового контролю розкрито у працях таких відомих учених, як: В. Андрущенко, М. Базась, О. Барановський, М. Бариніна-Закірова, М. Білуха, Т. Боголіб, Ф. Бутинець, О. Василик, П. Германчук, М. Головань, Л. Гуцаленко, В. Дем'янишин, В. Дерій, О. Десятнюк, Є. Калюга, О. Кириленко, А. Крисоватий, С. Левицька, К. Павлюк, І. Микитюк, Є. Мних, Н. Рубан, В. Рудницький, В. Федосов, А. Хмельков, В. Шевчук, С. Юрій та ін. Хоча внесок згаданих дослідників у розвиток теорії та практики фінансового контролю є значним, в умовах нестабільної економічної ситуації у країні потребують поглибленого дослідження теоретичні й методологічні засади єдиної системи державного внутрішнього фінансового контролю.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану державного внутрішнього фінансового контролю, визначення напрямів удосконалення функціонування тих органів, які реалізують завдання цього виду контролю в Україні. Необхідно також охарактеризувати сучасний стан, особливості розвитку і проблеми теоретичного та організаційно-правового забезпечення системи державного внутрішнього фінансового контролю у бюджетному процесі; окреслити напрями вдосконалення організації державного внутрішнього фінансового контролю і визначити підходи до формування його ефективної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі набуває особливої актуальності науково-практичне завдання формування ефективної системи державного внутрішнього фінансового контролю, розроблення методичних положень її функціонування та розвитку, оцінки результативності взаємодії суб'єктів та об'єктів контролю, впровадження нових видів, форм і методів контролю, спрямованих на підвищення ефективності бюджетного процесу. Потребують поглибленого дослідження проблеми наукового, нормативно-правового, методичного та інформаційно-технічного забезпечення системи державного внутрішнього фінансового контролю в нашій країні щодо впровадження у практику сучасного вітчизняного і зарубіжного досвіду, розроблення та реалізації новітніх інформаційно-програмних проектів [1].

Через наявність перманентних недоліків чинної системи державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі постає питання необхідності створення єдиної системи контролю, яка могла б адекватно реагувати на численні соціально-економічні проблеми, забезпечувати єдність та стійкість організаційно-економічних зв'язків між усіма гілками влади, охоплювати всі рівні й галузі бюджетної сфери і була би цілісною, побудованою на єдиних організаційно-методологічних принципах та нормах функціонування і виконання окреслених завдань із чітким визначенням органів контролю і розподілом їхніх функцій та повноважень [2].

На нашу думку, для створення системи державного внутрішнього фінансового контролю у бюджетному процесі доцільно провести низку заходів, причому з дотриманням чіткої послідовності їхніх етапів, серед яких:

– розроблення основ організації державного внутрішнього фінансового контролю на основі аналізу системи управління і визначення принципів організації, мети та завдань;

– визначення складу суб'єктів та ієрархічних рівнів управління державного внутрішнього фінансового контролю;

– формування системи об'єктів державного внутрішнього фінансового контролю;

– розроблення інформаційного (регламентного) забезпечення діяльності;

– остаточне прийняття рішення про впровадження системи;

– виявлення резервів системи у процесі її функціонування.

Водночас створення повноцінної, законодавчо регламентованої системи державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі, на наш погляд, потребує застосування системного підходу до формування його концептуальних і методичних основ, серед яких: понятійний апарат; цілі, завдання та принципи здійснення; функції, об'єкти й методи; критерії та показники, їхня інформаційна база; форми організації, реалізації та контролю виконання рекомендацій такого контролю.

Система державного внутрішнього фінансового контролю у бюджетному процесі має бути спрямована на виправлення порушень і недопущення їх у майбутньому. Важливо, щоб ця ж система на місцевому рівні вирізнялася постійним характером та стабільністю. Побудувати ефективну систему державного внутрішнього фінансового контролю в Україні, яка би забезпечувала стабільний стан фінансово-бюджетної дисципліни в регіонах, можливо лише за умови наявності ефективно функціонуючої системи державного внутрішнього фінансового контролю в органах місцевої влади на всіх рівнях (області, райони, міста, села тощо), тобто системи муніципального фінансового контролю.

На нашу думку, для усунення недоліків доцільно провести зміни за такими напрямами, як:

– визначення єдиних концептуальних засад організації цього контролю;

– оптимізація організаційної структури державного фінансового контролю;

– уточнення та розмежування функцій органів державного фінансового контролю;

– стандартизація форм і методів контрольної діяльності;

– удосконалення кадрового забезпечення системи державного фінансового контролю;

– покращення матеріально-технічного, наукового й інформаційно-аналітичного забезпечення функціонування системи державного фінансового контролю.

Вважаємо, що основними завданнями вдосконалення системи державного внутрішнього фінансового контролю у бюджетному процесі є:

– визначення нових засад організації державного внутрішнього фінансового контролю з урахуванням сучасних умов розвитку України, що базується на відповідальності керівника;

– формування єдиного правового поля для розвитку системи державного внутрішнього фінансового контролю як складової частини державного управління. Чітке визначення на законодавчому

рівні сутності державного внутрішнього фінансового контролю дасть змогу оптимізувати і збалансувати організаційні структури контролю;

– розроблення методики здійснення внутрішнього контролю на основі європейського досвіду з метою деталізації й уніфікації контрольних процедур;

– удосконалення кадрового забезпечення служб внутрішнього аудиту;

– створення належної інформаційно-комунікаційної інфраструктури, налагодження зв'язків із громадськістю й засобами масової інформації.

Проведене дослідження показало, що сьогодні у світі не розроблено єдиного підходу до вирішення проблем організації державного внутрішнього фінансового контролю загалом і у бюджетному процесі зокрема. Організаційна структура вищих органів державного контролю формується по-різному в кожній із країн, залежно від їхнього історичного розвитку і впливів політичних систем. Варто уточнити, що на сучасному етапі неможливо повністю перенести досвід організації державного внутрішнього фінансового контролю в розвинутих країнах світу у вітчизняну практику з певних причин, серед яких: недостатній рівень розвитку національної системи державного управління; нерозробленість стратегії розвитку національної економіки; невизначеність основних завдань органів державного внутрішнього фінансового контролю у контексті її розвитку [3].

Ми погоджуємося з твердженням А. Хмелькова, що доцільним є закріплення за органом фінансового контролю таких компетенцій з питань контролю за:

– діяльністю суб’єктів державного внутрішнього фінансового контролю щодо ефективності та результативності виконання ними своїх контрольних повноважень;

– цільовим витрачанням державних бюджетних коштів, спрямованих на утримання міністерств, відомств, установ, усіх об'єктів, що фінансуються за рахунок вказаного джерела;

– законним використанням державного майна, що перебуває у власності державних підприємств;

– законним управлінням державним майном, на яке поширюється управління міністерств, відомств, установ;

– законністю витрачання бюджетних коштів державними підприємствами на своє утримання;

– цільовим витрачанням державних бюджетних коштів, спрямованих головним розпорядником і розпорядниками іншого рівня за бюджетними програмами;

– цільовим витрачанням державних бюджетних коштів кінцевими одержувачами за бюджетними програмами [4].

Суб'єктів державного внутрішнього фінансового контролю за ознаками компетенції щодо об’єктів контролю доцільно поділити на три групи:

– перша група – вищий державний фінансовий контроль;

– друга група – зовнішній державний фінансовий контроль;

– третя група – внутрішній державний фінансовий контроль.

На нашу думку, створена таким чином система державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі дасть змогу виявляти фінансові порушення на всіх стадіях бюджетного процесу і здійснювати коригування нормативно-правової бази для недопущення фінансових порушень і зловживань.

Єдина система державного внутрішнього фінансового контролю має контролювати всіх юридичних осіб (які причетні до здійснення операцій із державними фінансовими ресурсами або майном) – державні органи й установи, у тому числі державні цільові фонди та Національний банк України, органи місцевого самоврядування, комерційні банки, страхові організації, комерційні організації та недержавні комерційні організації – у частині, пов’язаній з отриманням, перерахуванням або використанням ними державних фінансових ресурсів, використанням державної власності та з наявністю у них податкових, митних та інших пільг, наданих державними органами [5].

Сучасна модель єдиної системи державного внутрішнього фінансового контролю має органічно поєднувати: спеціально виділені структури (фахових спеціалістів) у правоохоронних, судово-експертних і судових органах, які працюватимуть за матеріалами контролюючих органів щодо фінансових правопорушень; взаємоузгоджену законодавчо-нормативну базу та єдину інформаційно-комунікаційну інфраструктуру, що сприятиме вдосконаленню правового забезпечення і методичного й аналітичного потенціалу контрольної діяльності; централізований підрозділ матеріально-технічного та фінансового забезпечення, що дасть можливість здійснення контролю й економії державних фінансових ресурсів на утримання органів системи. Під час застосування такого підходу на кожному етапі реалізації державного фінансового контролю можуть бути збережені всі нині діючі контролюючі органи (за умови їхньої модернізації та чіткого розмежування функцій) [6].

Як показує світовий досвід, використання всіма суб’єктами державного внутрішнього фінансового контролю у своїй діяльності єдиних базових принципів та основних процедур буде сприяти підвищенню якості контрольних заходів, більш повному охопленню ними фінансових операцій і створенню умов для аналізу й оцінювання ефективності бюджетних послуг [7].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, згідно з проведеним дослідженням чинної

системи фінансового контролю, бажаного успіху в створенні єдиної системи державного внутрішнього фінансового контролю у бюджетному процесі можна досягти лише за умови кропіткої роботи з комплексної поетапної реалізації всіх запропонованих заходів. Зокрема, необхідно вдосконалити функції та впровадити сучасні механізми, методи і форми здійснення контролю у практичну діяльність наявних органів державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі. Зауважимо, що запропоновані заходи вдосконалення сприятимуть не тільки створенню єдиної системи державного внутрішнього фінансового контролю в бюджетному процесі, а й удосконаленню законодавчих актів, що регламентують організацію контролю, підвищенню якості його організаційного, методологічного та інформаційного забезпечення.

Вирішити проблемні питання національної системи державного внутрішнього фінансового контролю допоможе застосування єдиної стратегії, яка має відповідати вимогам сучасності та спиратися на прийняті у всьому світі норми з урахуванням національних особливостей управління.

Вважаємо, що реформування контрольних функцій державного управління на регіональному і місцевому рівнях та досягнення їхньої ефективності дадуть змогу українській економіці динамічно і результативно розвиватися.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про державний внутрішній фінансовий контроль» від 25.12.2008 р. URL: http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/51285 (дата звернення: 10.12.2019).

2. Кулай А.В. Актуальні проблеми організації бюджетного процесу в Україні. Економічні науки. 2010. Вип. 7(25). С. 1–9.

3. Андрюшин С. Общегосударственный финансовый контроль: проблемы организации. Экономист. 2009. Вып. № 6. С. 64–71.

4. Хмельков А.В. Напрями розвитку системи державного внутрішнього фінансового контролю в Україні. Електронне наукове фахове видання Державне управління: удосконалення та розвиток URL: http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=79 (дата звернення: 13.12.2019).

5. Дмитренко Г.В. Організація і здійснення державного контролю в Україні : автореф. дис. д-ра наук з держ. упр. : 25.00.02 / Національна Академія державного управління. Київ, 2011. 38 с.

6. Шевченко Н.В. Оцінка ефективності державного фінансового контролю в системі фінансових відносин. Демократичне самоврядування. 2011. № 1. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/9Vygovska.pdf (дата звернення: 13.12.2019).

7. Миргородська Л.О. Фінансові системи зарубіжних країн : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2008. 320 с.

REFERENCES:

1. On public internal financial control: the draft law of Ukraine [Electronic resource] Available at: http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/51285 (accessed 10 December 2019).

2. Kulai A. V. (2010) Aktualni problemy orhanizatsii biudzhetnoho protsesu v Ukraini [Actual problems of organization of the budget process in Ukraine]. Ekonomichni nauky.

3. Andriushyn S. (2009) Obshchehosudarstvenyi fynansovyi kontrol: problemy orhanyzatsyy. [National financial control: problems of the organization]. Ekonomist.

4. Khmelkov A. V. (2019) Napriamy rozvytku systemy derzhavnoho vnutrishnoho finansovoho kontroliu v Ukraini [Areas of development of the system of state internal financial control in Ukraine] Elektronne naukove fakhove vydannia Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. Available at: http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=79 (accessed 13 De-cember 2019).

5. Dmitrenko G. V. (2010) Orgnizatsia i zdiysnennya derzavnogo kontroly v Ukraini (finansovo-ekonomichni aspects) [Organization and realization of state control in Ukraine] (PhD Thesis). Kiev. (in Ukrainian)

6. Shevchenko N. V. (2011) Otsinka efektyvnosti derzhavnoho finansovoho kontroliu v systemi finansovykh vidnosyn [Assessment of the effectiveness of public financial control in the system of financial relations]. Demokratychne samovriaduvannia. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/9Vygovska.pdf (accessed 13 December 2019).

7. Myrhorodska L. O. (2008) Finansovi systemy zarubizhnykh krain [Financial systems of foreign countries].

Kolomyychuk Natalya
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of S. Yurii Finance
Ternopil National Economic University

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE PUBLIC INTERNAL FINANCIAL CONTROL OF THE BUDGETARY PROCESS IN UKRAINE

The purpose of the article. The current state of the public internal financial control system in the budget process is unsatisfactory, and the facts of misuse, non-return of budget funds, inefficient management and alienation of state property are often observed. An analysis of the effectiveness of public internal financial control in the budget process has revealed a considerable number of problems related to its formation.

Methodology. The purpose of the study is to analyze the state of the state internal financial control, to determine the directions of improving the functioning of those bodies that implement the tasks of this type of control in Ukraine.

Results. At the present stage, the scientific and practical task of forming an effective system of state internal financial control, developing methodological provisions of its functioning and development, evaluating the effectiveness of interaction of subjects and objects of control, introduction of new types, forms and methods of control aimed at to increase the efficiency of the budget process. They need an in-depth study of the problem of scientific, regulatory, methodological and information-technical support of the system of state internal financial control in our country regarding the implementation of modern domestic and foreign experience, development and implementation of the latest information and software projects. Due to the permanent shortcomings of the existing system of state internal financial control in the budget process, the question arises of the need to create a unified system of control that could adequately respond to numerous socio-economic problems, ensure the unity and stability of organizational and economic ties between all branches of government, cover all levels and branches of the budget sphere and would be holistic, based on common organizational and methodological principles and norms of functioning and fulfillment of the set objectives with a clear definition of the control and distribution of their functions and powers. In our opinion, in order to create a system of public internal financial control in the budget process, it is advisable to carry out a number of measures, and with a clear sequence of their stages.

Practical implications. Let us pay a special attention to the system of public internal financial control in the budget process. It should be aimed at correcting irregularities and preventing them in the future. It is important that the same system at the local level is distinguished by its constant nature and stability.

Establishing an effective system of public internal financial control in Ukraine, which would ensure a stable state of fiscal discipline in the regions, is possible only if there is an effective functioning system of public internal financial control in local authorities at all levels (districts, cities, villages etc.), that is, municipal financial control systems. In our opinion, to remedy the shortcomings, it is advisable to make changes in the following areas:

– defining common conceptual foundations for the organization of this control;
– optimization of the organizational structure of the state financial control;
– clarification and delineation of functions of bodies of state financial control;
– improvement of personnel support of the system of state financial control;
– improvement of logistical, scientific and informational-analytical support of functioning of the system of state financial control.

Value / originality. Thus, according to the conducted study of the current system of financial control, the desired success in creating a unified system of public internal financial control in the budgetary process can be achieved only if you work hard to comprehensively complete all the proposed measures. In particular, it is necessary to improve the functions and introduce modern mechanisms, methods and forms of control in the practical activity of the existing bodies of state internal financial control in the budget process.

FEATURES OF CONTEMPORARY BANK'S LIQUIDITY MANAGEMENT

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ СУЧАСНОГО БАНКУ

UDC 336.717.06
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-53

Kryvtsun Iryna
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of
Enterprise Economic and Investments
National University «Lviv Polytechnic»

Modern banking is subject to an ever-growing set of regulations that put enormous pressure on its work. Before the global financial crisis 2008 regulatory requirements concerned the credit risk monitoring, capitalization of banking institutions. Daily these risks increase the risks of real-time transactions, deposit portfolio risks, risks caused by managing data arrays and modern cyber-threats. In the post-crisis time, the attention of the banking market state regulators has shifted to the requirements of effective liquidity management. Banks are intermediaries between liquidity supplying depositors and liquidity demanding borrowers. Current scientific approach considers the bank's liquidity much broader: from the simple imbalance of active and passive balance sheet items to the bank's ability to meet customer credit needs. Bank for International Settlements uses the term of global liquidity to refer to the ease of financing in global financial markets. Complete liquidity model for banks should include managing short-term and long-term liquidity, various development scenarios, optimization of banks' liquidity. To this aim banks can implement shorten asset maturities or lengthen liability maturities, improve assets average liquidity or own capitalization.

Key words: *liquidity, liquidity evaluation, liquidity risk, liquidity management, market regulator.*

Современная банковская деятельность подчиняется постоянно растущему количеству требований, которые оказывают огромное давление на его работу. До мирового финансового кризиса 2008 года нормативные требования касались мониторинга кредитного риска, капитализации банковских учреждений. Ежедневно эти риски увеличиваются за счет рисков транзакций в реальном времени, рисков депозитного портфеля, рисков, связанные с управлением массивами данных и современными киберугрозами. В посткризисное время внимание государственных регуляторов банковского рынка сместилось к требованиям эффективного управления ликвидностью. Банки являются посредниками между вкладчиками, предоставляющими ликвидность, и заемщиками, требующими ликвидности. Современный научный подход рассматривает ликвидность банка гораздо шире: от простого дисбаланса определенных активных и пассивных статей баланса до способности банка удовлетворять потребности клиентов в кредитах. В международной практике используется термин глобальная ликвидность для обозначения простоты/доступности финансирования на мировых кредитных рынках. Полная модель ликвидности для банков должна включать управление краткосрочной и долгосрочной ликвидностью, различные сценарии развития, оптимизацию ликвидности банков. С этой целью банки могут вводить сокращенные сроки погашения активов или удлинять сроки погашения обязательств, улучшать среднюю ликвидность активов или собственную капитализацию.

Ключевые слова: *ликвидность, оценка ликвидности, риск ликвидности, управление ликвидностью, регулятор рынка.*

Сучасний банківський бізнес підпорядковується постійно зростаючій кількості вимог, що чинять величезний тиск на його роботу. До світової фінансової кризи 2008 року регуляторні інструменти стосувалися в основному моніторингу кредитних ризиків та вимог щодо капіталізації банківських установ. Щодня ці ризики збільшують ризики транзакцій у режимі реального часу, ризики депозитного портфеля, ризики, викликані керуванням масивами даних та сучасними кіберзагрозами. У післякризовий період увага державних регуляторів банківського ринку змістилась до необхідності ефективного управління ліквідністю. Передумови виникнення кризи ліквідності на національному банківському ринку створили такі несприятливі фактори: значна залежність вітчизняних банків від депозитних ресурсів; висока частка депозитів на вимогу в банківському портфелі; високі ризики кредитування та істотна частка проблемних позик; гостра потреба банків у фінансуванні та необґрунтоване підвищення ставок за депозитами. Банки є посередниками між вкладниками, що надають ліквідність, та позичальниками, що вимагають ліквідності. Сучасний науковий підхід розглядає ліквідність банку ширше: від простого дисбалансу відповідних активних та пасивних статей балансу до здатності банку задовольняти потреби клієнтів у кредиті. У практиці міжнародних розрахунків використовують термін глобальна ліквідність для характеристики простоти/ доступності кредитування на світових фінансових ринках. Кредит є одним із ключових показників глобальної ліквідності та перебуває у центрі уваги глобальних показників ліквідності, що оцінюються Bank for International Settlements. Повна модель ліквідності для банків повинна включати управління короткостроковою та довгостроковою ліквідністю, різні сценарії розвитку, оптимізацію ліквідності банків. Для цього банки можуть впроваджувати скорочення строків погашення активів або подовжувати строки погашення пасивів, покращувати середню ліквідність активів або власну капіталізацію. Банки можуть отримати захист ліквідності шляхом обумовлення продажу позик іншому банку або страхування кредитних ризиків, або ж розміщення активів у центральному банку, які можуть бути використані в якості застави для позики за умов кризи.

Ключові слова: *ліквідність, оцінка ліквідності, ризик ліквідності, управління ліквідністю, регулятор ринку.*

Introduction. Modern banking is subject to an ever-growing set of regulations that put enormous pressure on banks' work. By imposing additional requirements, macro-prudential policies may deter lending to over-risky borrowers or create the necessary capacity to absorb credit portfolio losses. For domestic banks liquidity risk is one of the most important among financial risks because savings banks need to increase their ability to meet deposit obligations.

Literature review. These problematic issues have been repeatedly considered in market regulators' documents [1; 2] and scientific researches [3-5; 7]. After the global financial crisis 2008 the regulatory requirements have shifted to liquidity risks monitoring and effective protection banks against them. The liquidity risk factor was and is now important for domestic banks since GFC had transformed on the national banking market to liquidity crisis.

Aims. The attention of modern banking regulation is shifting to monitoring liquidity risks and protects both the bank and its customers from them. The purpose of

the article is to analyze current banking liquidity problems and recommendations for their improvement.

Results. Banks are intermediaries between liquidity supplying depositors and liquidity demanding borrowers. Furthermore, they provide contingent liquidity in the form of loan commitments and liquidity backup lines [3].

Liquidity is a term with clear but related values, depending on the context. In literary sources, depending on the purpose of the study, there are generally three concepts of liquidity:

– asset liquidity;

– institutional liquidity;

– national liquidity.

In particular, asset liquidity is defined as the ease to liquidate an asset quickly with minimal liquidation losses. Therefore, the dimensions of asset liquidity are time and liquidation value [3].

Bank's liquidity is generally interpreted by economists as the ability of a bank to cover certain liabilities categories with the relevant assets groups.

Liquidity in banking refers to the ability of a bank to meet its financial obligations as they come due. Liquidity can ensure from direct cash holdings in currency or on account at the Central bank. Liquidity ensuring comes more frequently from acquiring securities that can be sold quickly with minimal loss. Bank's liquidity conditions, particularly in a post-crisis time, are affected by other factors than just cash reserve and highly liquid securities. For example, the maturity of its less liquid assets will also matter.

However, the current scientific approach considers the bank's liquidity much broader: from the simple imbalance of active and subtle balance sheet items to the bank's ability to meet customer credit needs.

Bank for International Settlements uses the term "global liquidity" to refer to the ease of financing in global financial markets. Credit is among the key indicators of global liquidity and the focus of the global liquidity indicators estimated by the Bank for International Settlements.

International cross-border and foreign currency credits as a key indicator of global liquidity have continued to expand in recent years to 38% of global GDP. This growth has been driven by international debt securities issuance, while the role of banks has diminished – both as lenders and as investors in debt securities. The aggregate trend has been more pronounced for advanced economies than emerging market borrowers [4].

Determining the level of a bank's potential assets involves three aspects [1]:

– what proportion of maturing assets will a bank be able to roll over or renew?

– what is the expected level of new loan requests that will be accepted?

– what is the expected level of draw-downs of commitments to lend that a bank will need to fund?

The proposed approach segregates the assets into three categories by their degree of relative liquidity:

– the most liquid category includes components such as cash, securities, and interbank loans;

– a less liquid category comprises a bank's saleable loan portfolio;

– the least liquid category includes essentially unmarketable assets such as loans not capable of being readily sold, bank premises and investments in subsidiaries, as well as, possibly, severely troubled credits;

– assets pledged to third parties are deducted from each category [1].

In addition to changes in approaches to the treatment of banking liquidity, the 2008 crisis has also changed the main approaches to managing liquidity risks.

Even before the GFC 2008 the importance of disclosure [2] and liquidity transformation [5] for effectively liquidity managing was repeatedly emphasized.

In Sound Practices [2] it is indicated on the important role of public disclosure in improving liquidity. Each bank should have in place a mechanism for ensuring that there is an adequate level of disclosure of information about the bank in order to manage public perception of the organization and its soundness. Public disclosure is an important element of liquidity management. Astute public relations management can help bank counter rumors that can result in significant run-offs by retail depositors and institutional investors.

In the traditional banking system, intermediation between savers and borrowers occurs in a single entity. Savers entrust their savings to banks in the form of deposits, which banks use to fund the extension of loans to borrowers. Credit intermediation involves credit, maturity, and liquidity transformation. Credit transformation refers to the enhancement of the credit quality of debt issued by the intermediary through the use of priority of claims. For example, the credit quality of senior deposits is better than the credit quality of the underlying loan portfolio due to the presence of junior equity. Maturity transformation refers to the use of short-term deposits to fund long-term loans, which creates liquidity for the saver but exposes the intermediary to roll over and duration risks. Liquidity transformation refers to the use of liquid instruments to fund illiquid assets [5].

Prerequisites for the liquidity crisis of the national banking sector had its own characteristics, namely:

– the significant banks' dependence on deposit resources;

– the high share of deposits "on the claim" in the banking portfolio;

– high risk of lending;

– high proportion of bad loans;

– the acute need banks for hot money and the unreasonable increase in deposit rates.

Basel III was the responding to the GFC 2008. The banking sector entered the crisis with too much leverage and inadequate liquidity buffers, poor gov-

ernance and risk management. The combination of these factors resulted in incorrect credit and liquidity risk assessments and excessive credit growth. Responding to these risk factors, the Basel Committee issued Principles for sound liquidity risk management and supervision.

Liquidity requirements, according to Basel III, are:

– a minimum liquidity ratio, the Liquidity Coverage Ratio, intended to provide enough cash to cover funding needs over a 30-day period of stress;

– a longer-term ratio, the Net Stable Funding Ratio, intended to address maturity mismatches over the entire balance sheet additional requirements for systemically important banks, including additional loss absorbency and strengthened arrangements for cross-border supervision and resolution.

Liquidity management is the management of cash flows across an institution's balance sheet and possibly across counterparties and locations. It involves the control of maturity/currency mismatches and the management of liquid asset holdings. A bank's liquidity management strategy sets out limits on such mismatches and the level of liquid assets to be retained to ensure that the bank remains able to meet funding obligations with immediacy across currencies and locations, while still reflecting the bank's preferred balance of costs of acquiring term liabilities or holding low-yielding liquid assets and risks associated with running large maturity. Accordingly, liquidity risk refers to a bank's inability to raise sufficient funds in the right currency and location to finance cash outflows at any given point in time [6].

The macro-prudential instruments implementation according to Basel principles is three-step:

– firstly, it gives banks flexibility in crisis or post-crisis times, thus enhancing their resiliency;

– secondly, it mitigates negative macro-prudential externalities;

– thirdly, it prevents imprudent depletion of capital resources.

However, one could envisage examples of potential conflicts between different macro– and micro-prudential instruments. For example, the macroprudential perspective could call for distressed banks to draw down their capital buffers to absorb losses without abruptly cutting back on lending to the real economy. At the same time, the microprudential perspective may be more concerned with the resilience of distressed banks and the need for such banks to shore up their capital buffers. Both perspectives are understandable and highlight the importance of coordinating macro- and microprudential policy regardless of their institutional setup [7].

According to the authors of study [3], the development of an internal, quantitative and complete liquidity model for banks should cover several aspects:

– firstly, the model should cover the product and the aggregate level;

– secondly, it should include short-term and long-term liquidity;

– thirdly, it should describe various scenarios such as expected and stressful scenarios;

– fourthly, it should relate to the modeling, management and optimization of banks' liquidity.

Banks can achieve liquidity in multiple ways such as shorten asset maturities or lengthen liability maturities, improve the average liquidity of assets or capitalization and more.

Banks can obtain liquidity protection. To this aim they can condition the loan sale to another bank or insure credit risks, or preposition assets in a central bank, which can be used as collateral to borrow cash in a crisis.

Conclusions. The problem of effective liquidity management has been faced by banks in the global financial crisis in 2008. Its importance has led to the implementation of new Basel III requirements and the corresponding requirements of the national state regulators of the banking market. The current approach considers bank liquidity broader. In this regard, banks' approach to managing their own liquidity should be comprehensive and coordinate managing the bank's credit and deposit portfolios. This thesis is especially relevant for domestic banks that are dependent on deposit resources and adhere to aggressive lending policy. Also the requirements for disclosure and consideration of liquidity transformation between credit and deposit portfolios are important for the national banking.

REFERENCES:

1. (1998) International convergence of capital measurement and capital standards. *Bank for International Settlements:* website. Available at: https://www.bis.org/publ/bcbsc111.htm (accessed 25 December 2019).

2. (2000) Sound Practices for Managing Liquidity Banking Organizations. *Bank for International Settlements:* website. Available at: http://www.bis.org/publ/bcbs136.pdf (accessed 25 December 2019).

3. (2009) Schmalz C. Quantitative Liquidity Model for Banks. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8554-5_1 (accessed 21 December 2019).

4. (2018) Inaki Aldasoro, Torsten Ehlers. Global liquidity: changing instrument and currency pattern. *Bank for International Settlements:* website. Available at: https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1809b.pdf (accessed 25 December 2019).

5. (2010) Shadow Banking. *Federal Reserve Bank:* official site. Available at: http://www.ny.frb.org/research/staff_reports/sr458.pdf (accessed 25 December 2019).

6. (2010) Funding Patterns and Liquidity Management of Internationally Active Banks. *Bank for International Settlements:* website. Available at: https://www.bis.org/publ/cgfs39.pdf (accessed 20 December 2019).

7. (2019) Post-Basel III: Time for Evaluation. *Bank for International Settlements:* website. Available at: https://www.bis.org/speeches/sp191024.htm (accessed 25 December 2019).

8. (2009) The Fundamental Principles of Financial Regulation. *Princeton University* : official site. Available at: https://www.princeton.edu/~markus/research/papers/Geneva11.pdf (accessed 20 December 2019).

9. (2017) The future of finance and the outlook for regulation. *European Central Bank* : official site. Available at: https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2017/html/ecb.sp171109.en.html (accessed 20 December 2019).

10. (2019) Macroprudential policy ten years after the crisis. *European Central Bank* : official site. Available at: https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2019/html/ecb.sp190704_1~c105b24fd6.en.html (accessed 20 December 2019).

11. (2018) Pokaznyky bankivskoi systemy [The bank system indicators]. *National Bank of Ukraine* : official site. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442 (accessed 10 December 2019). (in Ukrainian)

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. International convergence of capital measurement and capital standards. *Bank for International Settlements* : вебсайт. URL: https://www.bis.org/publ/bcbsc111.htm (дата звернення: 25.12.2019).

2. Sound Practices for Managing Liquidity Banking Organizations. *Bank for International Settlements* : вебсайт. URL: http://www.bis.org/publ/bcbs136.pdf (дата звернення : 25.12.2019).

3. Schmalz C. Quantitative Liquidity Model for Banks. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8554-5_1 (дата звернення: 21.12.2019).

4. Inaki Aldasoro, Torsten Ehlers. Global liquidity: changing instrument and currency pattern. *Bank for International Settlements* : website. URL: https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1809b.pdf (дата звернення: 25.12.2019).

5. Shadow Banking. *Federal Reserve Bank:* official site. URL: http://www.ny.frb.org/research/staff_reports/sr458.pdf (дата звернення: 25.12.2019).

6. Funding Patterns and Liquidity Management of Internationally Active Banks. *Bank for International Settlements* : website. URL: https://www.bis.org/publ/cgfs39.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

7. Post-Basel III: Time for Evaluation. *Bank for International Settlements* : вебсайт. URL: https://www.bis.org/speeches/sp191024.htm (дата звернення: 25.12.2019).

8. The Fundamental Principles of Financial Regulation. *Princeton University* : офіційний сайт. URL: https://www.princeton.edu/~markus/research/papers/Geneva11.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

9. The future of finance and the outlook for regulation. *European Central Bank* : офіційний сайт. URL: https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2017/html/ecb.sp171109.en.html (дата звернення: 20.12.2019).

10. Macroprudential policy ten years after the crisis. *European Central Bank* : офіційний сайт. URL: https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2019/html/ecb.sp190704_1~c105b24fd6.en.html (дата звернення: 20.12.2019).

11. Показники банківської системи. *Національний банк України* : офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442 (дата звернення: 21.12.2019).

Kryvtsun Iryna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of
Enterprise Economic and Investments,
National University “Lviv Polytechnic”

FEATURES OF CONTEMPORARY BANK'S LIQUIDITY MANAGEMENT

The purpose of the article. The conditions of modern banking management have changed significantly. The approach to liquidity managing before and after the global financial crisis 2008 became another. Therefore, the attention of market regulation is shifting to effectively protect banks from liquidity risks. The purpose of the article is to analyze current regulatory problems and liquidity risks impact on their.

Methodology. These problematic issues have been repeatedly considered in market regulators' documents and scientific researches. Analysis of modern banking liquidity management is based on taking into conditions banks' liquidity and peculiarities liquidity management after Basel III.

Results. Before the global financial crisis 2008 regulatory requirements concerned the credit risk monitoring, capitalization of banking institutions. Daily these risks increase risks of real-time transactions, deposit portfolio risks and emerging liquidity risks. In the post-crisis time, the attention of the banking market state regulators has shifted to the requirements of effective liquidity management.

Prerequisites for the liquidity crisis of the national banking sector had its own characteristics, namely, significant banks’ dependence on deposit resources; the high share of deposits "on the claim" in the banking portfolio; high risk of lending; high proportion of bad loans; the acute need banks for hot money and the unreasonable increase in deposit rates.

Banks are intermediaries between liquidity supplying depositors and liquidity demanding borrowers. Furthermore, they provide contingent liquidity in the form of loan commitments and liquidity backup lines.

In literary sources there are generally three concepts of liquidity: asset liquidity, institutional/ banks’ liquidity and national liquidity. Asset liquidity is defined as the ease to liquidate an asset quickly with minimal liquidation losses. Liquidity in banking refers to the ability of a bank to meet its financial obligations as they come due.

Current scientific approach considers the bank's liquidity much broader: from the simple imbalance of active and passive balance sheet items to the bank's ability to meet customer credit needs. In particular, Bank for International Settlements uses the term of global liquidity to refer to the ease of financing in global financial markets.

Complete liquidity model for banks should include managing short-term and long-term liquidity, various development scenarios, optimization of banks' liquidity. To this aim banks can implement shorten asset maturities or lengthen liability maturities, improve assets average liquidity or own capitalization. Important role for the effective management of banks' liquidity had in the past and remain today the disclosure and consideration of liquidity transformation.

Practical implications. Implementation of liquidity management measures will help to ensure stable banks' state and enable banks to manage liquidity risks more effectively.

Value/originality. We have considered the features of current banking liquidity management. These problematic issues are especially important for banks that are dependent on deposit resources. New challenges and risks will determine the prospects for further research in this area.

ЕВОЛЮЦІЯ ТА СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ СВІТОВОЇ ОФШОРНОЇ СИСТЕМИ І ВПЛИВ НА УКРАЇНУ

EVOLUTION AND MODERN FEATURES OF THE WORLD OFFSHORE SYSTEM AND INFLUENCE ON UKRAINE

УДК 339.72.015(477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-54

Ливдар М.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»
Ярошевич Н.Б.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»
Романик В.І.
студентка
Національний університет
«Львівська політехніка»

Важливою властивістю глобалізації є бурхливий розвиток офшорних зон. Офшорні зони та їхні центри створювалися поза межами територій, де виконувались оподатковувані операції, здебільшого на островах, мається на увазі на дистанції від морських узбереж. Проте у політиці більшості країн світу простежується негативне ставлення суспільства до офшорів, адже вони є осередком податкової дискримінації та несправедливого оподаткування. Це приводить до втрат із бюджету, забезпечує витік капіталу із країни його походження. У наш час посилюється необхідність глибше вивчати діяльність офшорних фінансових центрів, адже вони мають великий вплив на світові фінансові потоки. Розглянуто історію виникнення офшорних зон та особливості її діяльність на сучасному етапі. Наведено переваги ведення бізнесу в офшорних зонах. Досліджено динаміку прямих іноземних інвестицій в економіку України як офшорний механізм. Проаналізовано динаміку прямих іноземних інвестицій з України в економіці країн світу. Виокремлено позитивні та негативні чинники використання офшорних схем та її вплив на економіку України.

Ключові слова: *офшорні зони, фінансові центри, офшорні механізми, деофшоризація, прямі іноземні інвестиції.*

Важным свойством глобализации является бурное развитие офшорных зон. Оффшорные зоны и их центры создавались вне территорий, где выполнялись налогооблагаемые операции, в большинстве случаев на островах, имеется в виду на дистанции от морских побережий. Однако в политике большинства стран мира прослеживается негативное отношение общества к офшорам как ячейки налоговой дискриминации и несправедливого налогообложения. Это приводит к потерям из бюджета, обеспечивает отток капитала из страны его происхождения. В наше время усиливается необходимость глубже изучать деятельность оффшорных финансовых центров, ведь они имеют большое влияние на мировые финансовые потоки. Рассмотрена история возникновения офшорных зон и особенности ее деятельности на современном этапе. Приведены преимущества ведения бизнеса в офшорных зонах. Исследована динамика прямых иностранных инвестиций в экономику Украины как офшорного механизма. Проанализирована динамика прямых иностранных инвестиций из Украины в экономики стран мира. Выделены положительные и отрицательные факторы использования офшорных схем и ее влияние на экономику Украины.

Ключевые слова: *офшорные зоны, финансовые центры, офшорные механизмы, деофшоризация, прямые иностранные инвестиции.*

An important feature of globalization is the rapid development of offshore zones. The offshore zones and their centers were created outside the territories where taxable operations were carried out, in most cases on the islands, i.e. at a certain distance from the seacoasts. According to the Organization for Economic Cooperation and Development, the process of the economy offshoring takes place in almost all countries. The world economy loses about 20 trillion USD every year through offshore accounts. However, the policies of most countries show a negative attitude of the society to offshore companies, because they are considered to be a hotbed of tax discrimination and unfair taxation. This leads to budget gaps and provides the capital flight from the country of its origin. Nowadays, there is a strong need to study the activities of offshore financial centers more deeply, as they have a major impact on global financial flows. The historical background of offshore zones and the features of their activities at the current stage are considered. The advantages of doing business in offshore zones are described. The dynamics of foreign direct investments in the Ukrainian economy as an offshore mechanism are studied. The dynamics of foreign direct investments from Ukraine in the world economy are analyzed. The analysis of the dynamics of offshore mechanisms in the functioning of business organizations in the regions of Ukraine deserves attention. The most investments are channeled to the industry, trade and real estate operations. Offshore companies are first and foremost an opportunity to obtain cheap loans and to avoid fraudulent seizures (raiding). Through offshore accounts, the budgets are short of huge amounts received, so the deoffshorization means primarily to withdraw business from the informal sector in order to impose taxes on business activities. Our own offshore in the country will lead to positive dynamics, as follows: tax revenues will grow; new jobs will appear; banking and audit sectors will be improved; and international agreements will be activated and modernized. The positive and negative factors of using offshore schemes and their impact on the Ukrainian economy are highlighted.

Key words: *offshore zones, financial centers, offshore mechanisms, deoffshorization, foreign direct investments.*

Постановка проблеми. Уже давно простим явищем стала міжнародна міграція капіталу, що показує процеси як інтернаціоналізації, так і глобалізації світової економіки. Багато розвинених країн використовують офшори. Україна, будучи країною, що розвивається, теж використовує такі методи роботи. Тому потрібно дослідити історію їхнього функціонування, яка набуває дуже вагомого значення, а також їхні сучасні особливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До науковців, що досліджують сутність офшорних зон, належать: М. Кассард [1], О. Бондаренко [2], Н. Ворнавський [3], А. Пешко [4], В. Островецький, В. Столяров [5], О. Шереметинська [6] та інші.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд історичного аспекту виникнення офшорних зон, визначення їхніх основних світових центрів. А також характеристика специфічних сучасних особливостей офшорної діяльності та дослідження подальших шляхів розвитку стосовно застосування офшорів щодо України. У роботі використано: статистичні, порівняльні і загальнонаукові методи теоретичного дослідження.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи офшорні зони (фінансові центри) тільки у плані ухилення від оподаткування, варто відмітити, що ще кілька століть тому виникли зони із низьким рівнем податків.

У США офшори виникли із запровадженням чималих податкових пільг у штаті Нью-Джерсі і штаті Делавер на початку XX ст. Щоб мати можливість функціонувати на їхній території, підприємства повинні були платити незначну франшизу, яка через пару років дала їм загального заробітку до 40%. Кількість компаній такого виду зростала значними темпами. Зараз штат Делавер тільки й асоціюється зі словом «офшор», він надає пільги, якщо купувати нерухомість у США або країнах-сусідах.

Взявши до розгляду досвід штату Нью-Джерсі і штату Делавер, Швейцарія різними способами намагалася послабити власні закони стосовно іноземних інвестицій. Було створено банківську таємницю і систему анонімних розрахунків, центри з обміну валюти. У 1934 р. було здійснено поправку щодо Закону про банківську діяльність, відповідно до якої у разі розкриття банківської таємниці буде запроваджено кримінальну відповідальність. Тобто Швейцарія стала зразком офшорної юрисдикції сучасності. Це країна, яка стала сховищем іноземного капіталу.

Значний впливу на розвиток сучасної світової офшорної системи мають ринки євровалют, їхня загальна назва – фінансові ринки офшорів, державної належності у них немає. На ринку євровалют, міжнародному ринку позикових капіталів, у євровалютах здійснюються всі операції. Але слово «євровалюта» напряму не пов'язане з євро чи територією країн, які знаходяться у Єврозоні, а свідчить про те, що розміщений банк, до якого надходять вклади, не відповідає території, де валюта є законним платіжним інструментом та емітована. Для прикладу, долари, які розміщені не у банку США, – це євродолари [7].

У країнах, де можна зареєструватись компанією офшорного типу, є низка переваг щодо ведення офшорного бізнесу:

1. Найменші вимоги до ведення звітності.
2. Високий рівень конфіденційності.
3. Сплата тільки зафіксованого реєстраційного збору.
4. Заощадження фінансів через сплату податків у меншому розмірі.
5. Розширення власного бізнесу через охоплення нових ринків.
6. Спрощена реєстрація, дотримання повної конфіденційності щодо компанії.

Офшорні компанії використовують підприємства майже усіх країн світу. Посилене використання офшорів характеризується навантаженням податків на підприємства, мобільністю ринку капіталу, розвитком його інфраструктури, географічним розташуванням країни та її роллю в економічних та політичних союзах. Через відсутність оподаткування, конфіденційність господарської діяльності, фінансову свободу і непрозорість операцій спостерігається популярність використання офшорних компаній у всіх регіонах [8].

Варто зазначити також, що використання офшорних схем застосовується для розвитку та підтримки тіньового сектору економіки через легалізацію доходів, які отримані злочинним шляхом (торгівля зброї, наркотиків). Також офшорні центри сприяють зростанню рівня бідності, тобто за рівнем отримуваних доходів відбувається розшарування суспільства. Шахрайські фінансові схеми, торгівля зброєю і наркотиками приносять надзвичайно великі прибутки у вигляді готівки, але треба забезпечити їх легальне походження і перевести з готівки у безготівкову форму.

Тому, якщо підприємство у своїй діяльності використовує офшорні схеми, воно має врахувати також ризики, які можуть виникнути в результаті такого використання. Можна виокремити такі ризики:

– податковий (менші податки, які встановлено незаконно);
– корупційний (коли офшори використовують з корупційною метою);
– митний (порушення законів при митному перетині);
– легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом [9].

У сучасних умовах деякі компанії використовують офшорні схеми для того, щоб вивести фінансові ресурси із країни. За допомогою таких схем щороку недораховуються величезних сум надходжень до бюджету. Тому у світовій практиці запроваджено глобальну деофшоризацію – це протидія розмиванню податкової бази та виведення прибутків з – під оподаткування. Його основна мета є включення до бази оподаткування незадекларованих доходів [5].

Тому є низка заходів стосовно деофшоризації:

1. Стримування використання офшорних зон для недобросовісного податкового планування та зниження оподатковуваного рівня деяких їх компаній.
2. Закріплення податкової бази різних держав через одержувані в офшорних зонах податкові платежі з доходів.
3. Зменшення впливу офшорних спекуляцій капіталу на фінансові ринки держав [9].

Для індивідуального підприємця офшорний бізнес дає доступ до валют, цінних паперів та фінансів на міжнародних ринках, тобто офшори характеризуються виходом на світові ринки. Якщо підприємець провадить власну діяльність незаконно, і має в обороті нелегальний капітал, то саме офшорні зони дають велике сприяння у роз-

ширенні його бізнесу. Тому дуже важливо відрізняти одні компанії від інших і направляти санкції на злочинний бізнес, а дозволяти легальному бізнесу розвиватися.

Важливе місце в Україні займає регулювання офшорного бізнесу, адже саме офшори є одними з найосновніших суб'єктів інвестування в національну економіку. В останні роки економічні реформи в Україні дають змогу виходу на світові ринки різним компаніям з будь-якими формами власності, це в свою чергу підвищує ефективність роботи компаній, але утворює деякі проблеми у державі. Першочергово, це виражається через зменшення надходження податків до бюджету держави.

Що стосується України, то офшорні компанії дають змогу отримувати дешеві кредити, уникати корупційних дій від чиновників, а також уникати рейдерських захоплень, захищати право власності, попри недосконалість національної судової системи.

Так, йдучи назустріч бізнесу країн світу, держава покращує свій інвестиційний клімат та водночас бере на себе серйозну відповідальність, створюючи офшорну зону, державу чекає реформування податкової системи, з акцентом на адмініструванні податків [10].

Наявність офшорних механізмів у функціонуванні підприємницьких організацій України можна проаналізувати через обсяги та динаміку інвестиційної діяльності. Динаміку прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з країн світу в економіці України відображено у табл. 1.

Проаналізувавши табл. 1, бачимо, що найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій надходить в Україну з Кіпру, а саме у 2016 році – 30,80%, у 2017 році – 28,13%, у 2018 році – 28,26% загального обсягу прямих іноземних інвестицій, тобто у 2017 році простежується деяке зниження порівняно з 2016 роком, темп спаду становив 11,21%, у 2018 році порівняно з 2017 роком обсяг прямих іноземних інвестицій збільшився тільки на 1,68%. Також досить великий обсяг акціонерного капіталу в Україні мають Нідерланди. У структурі прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з країн світу в економіці України їхня частка з кожним роком зростає: 18,96%, 19,30%, 20,23% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно. Проте у 2017 році відносно 2016 року спостерігається темп спаду у 1,02%, а у 2018 році відносно 2017 року вже бачимо темп приросту – 6,08%.

Частка прямих іноземних інвестицій, що надходять в Україну з Великої Британії коливається у межах 6% загальної структури акціонерного капіталу з країн світу в економіці України. У 2017 році порівняно з 2016 роком був темп приросту у розмірі 9,06%, у 2018 році порівняно з 2017 роком обсяг дещо зменшився – 0,13%. Майже такий самий обсяг прямих іноземних інвестицій, як із Великої Британії в Україну займають Вірджинські острови. У структурі акціонерного капіталу з країн світу в економіці України їхня частка трохи зменшилася: 5,34%, 5,39%, 4,30% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно. Якщо ж аналізувати абсолютні значення, то обсяг дещо зменшився у 2017 році відносно 2016 року – 1,91% та значно зменшився у 2018 році відносно 2017 року – 19,25%. На рівні 5% у структурі акціонерного капіталу з країн світу в економіці України – надходження з Німеччини. У 2017 році відносно 2016 року спостерігається темп спаду у 2,54%, у 2018 році відносно 2017 року вже бачимо темп приросту – 7,59%.

Таблиця 1

Динаміка прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з країн світу в економіці України, млн дол. США

Країни	Значення, млн. дол. США			Структура, %			Темп приросту (спаду), %	
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р.	2018 р.
Австрія	1152,6	1099,9	1038,8	3,59	3,52	3,29	-4,57	-5,56
Велика Британія	1785,2	1947	1944,4	5,56	6,23	6,15	9,06	-0,13
Нідерланди	6090,3	6028,4	6395	18,96	19,30	20,23	-1,02	6,08
Німеччина	1604,9	1564,2	1682,9	5,00	5,01	5,32	-2,54	7,59
Російська Федерація	343,8	813,6	797,2	1,07	2,61	2,52	136,65	-2,02
Франція	1299,1	615,6	723,4	4,04	1,97	2,29	-52,61	17,51
Швейцарія	1391	1436,9	1515,9	4,33	4,60	4,80	3,30	5,50
Кіпр	9894,8	8785,5	8932,7	30,80	28,13	28,26	-11,21	1,68
Віргінські Острови (Брит.)	1715	1682,3	1358,4	5,34	5,39	4,30	-1,91	-19,25
США	717,2	585,2	517,4	2,23	1,87	1,64	-18,40	-11,59
Польща	679,4	509,1	571,3	2,12	1,63	1,81	-25,07	12,22
Угорщина	333,7	498,1	511,1	1,04	1,59	1,62	49,27	2,61
Інші країни	5115,5	5664,5	5617,9	15,92	18,14	17,77	10,73	-0,82
Усього	32122,5	31230,3	31606,4	100	100	100	-2,78	1,20

Джерело: складено авторами на основі [11]

Такі сусідні країни, як Польща та Угорщина, в економіці України займають досить малу частку структури прямих іноземних інвестицій з країн світу. А саме Польща 2,12%, 1,63%, 1,81% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно, а Угорщина 1,04%, 1,59% та 1,62% у цьому ж досліджуваному періоді. Тобто Польща займає дещо більшу частку порівняно з Угорщиною. Значний спад польських інвестицій спостерігався у 2017 році відносно 2016 року – 25,07%, у 2018 році відносно 2017 року вже бачимо темп приросту у розмірі 12,22%. Найбільше прямих польських інвестицій направлені в банківський сектор. Польський капітал задіяний у таких банках України, як ПАТ «Кредобанк» та ПАТ «Ідея Банк». Що стосується Угорщини, то у 2017 році відносно 2016 року простежується стрімкий темп приросту – 49,27%, але вже у 2018 році відносно 2017 року темп приросту становив лише 2,61%.

Водночас протягом досліджуваного періоду бачимо значне зростання прямих іноземних інвестицій, що надходять в Україну із Російської Федерації, хоч за податковим законодавством якої не передбачається великих преференцій, якщо не брати до уваги спеціальних вільних економічних зон.

До інших країн входять Данія, Білорусь, Болгарія, Естонія, Італія, Іспанія, Люксембург, Литва, Словаччина, Швеція, Грузія, Ізраїль, Китай, Туреччина, Багамські острови, Канада, Беліз та інші, дані яких оприлюднюються.

Загалом відслідковується невелике зниження фізичних обсягів прямих іноземних інвестицій, що надходять в Україну у 2017 році порівняно з 2016 роком, темп спаду – 2,78%. Така зміна могла статись в результаті того, що Україна позбувається інвестиційної привабливості на ринку, де розміщуються інвестиційні ресурси, в першу чергу, внаслідок політичної нестабільності, а також недосконалості оподаткування і захисті прав приватних інвесторів.

Динаміку прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з України в економіці країн світу відображено у табл. 2.

Здійснивши аналіз табл. 2 видно, що найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій з України надходить до Кіпру, й абсолютні значення навіть дещо збільшуються протягом досліджуваного періоду. Так, темп приросту у 2017 році порівняно з 2016 роком становив 0,11%, а у 2018 році порівняно з 2017 роком – 0,03%. Частка акціонерного капіталу з України в економіку Кіпру становить 93,80%, 93,45%, 93,84% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно. Тобто майже всі прямі іноземні інвестиції, які перетинають кордон, прямують до Кіпру.

На рівні 2% надходять прямі іноземні інвестиції з України в економіку Російської Федерації, з кожним роком досліджуваного періоду обсяг збільшується. У 2017 році відносно 2016 року темп приросту становив 17,35%, у 2018 році відносно 2017 року – 4,30%. Надходження інвестицій до Латвії з України коливаються у межах 1%, і спостерігається темп спаду протягом аналізованого періоду у розмірі 2,01% у 2017 році щодо 2016 року, та 10,96% у 2018 році щодо 2016 року.

Частка інвестицій України в економіці Польщі у 2016 році та 2017 році становила майже 0,80%, але вже у 2018 році різко скоротилася до 0,11%, темп спаду становив 86,24%. Тобто така ситуація може бути наслідком того, що підприємці України не вважають прямі інвестиції в економіку Польщі одним із першочергових напрямів власного бізнесу. Це може бути пов'язано із більшою привабливістю інших країн. Угорщина у структурі прямих іноземних інвестицій з України займає досить малу частку, всього 0,23% протягом 2016–2017 років, та 0,28% у 2018 році.

До інших країн, обсяг прямих інвестицій яких є дуже малим, належать Австрія, Білорусь, Німеччина, Швейцарія, В'єтнам, Китай, Грузія та інші, дані яких оприлюднюються.

Загалом протягом досліджуваного періоду обсяг прямих іноземних інвестицій з України в економіці країн світу майже не змінився. У 2017 році

Таблиця 2

Динаміка прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал) з України в економіці країн світу, млн дол. США

Країни	Значення, млн. дол. США			Структура, %			Темп приросту (спаду), %	
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р.	2018 р.
Кіпр	5923,7	5930,5	5932,5	93,80	93,45	93,84	0,11	0,03
Російська Федерація	122,8	144,1	150,3	1,94	2,27	2,38	17,35	4,30
Латвія	69,8	68,4	60,9	1,11	1,08	0,96	-2,01	-10,96
Вірґінські Острови (Брит.)	51,3	57,6	61	0,81	0,91	0,96	12,28	5,90
Польща	50,2	48,7	6,7	0,79	0,77	0,11	-2,99	-86,24
Угорщина	14,6	14,9	17,5	0,23	0,23	0,28	2,05	17,45
Нідерланди	11,2	10,7	12,3	0,18	0,17	0,19	-4,46	14,95
Інші країни	71,6	71,4	80,8	1,13	1,13	1,28	-0,28	13,17
Усього	6315,2	6346,3	6322	100	100	100	0,49	-0,38

Джерело: складено авторами на основі [11]

порівняно з 2016 роком був темп приросту у розмірі 0,49%, але вже у 2018 році порівняно із 2017 роком спостерігається темп спаду – 0,38%.

Наявність офшорних механізмів у функціонуванні підприємницьких організацій України можна також дослідити через обсяги та динаміку інвестиційної діяльності по регіонах. Динаміку прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіці України по регіонах відображено у табл. 3.

Проаналізувавши табл. 3, бачимо, що найбільша частка у структурі іноземного акціонерного капіталу по областях України належить місту Київ, а саме 47,81% у 2016 році, 52,89% у 2017 році та 51,71% у 2018 році. У 2017 році порівняно з 2016 роком спостерігався деякий темп приросту, та вже у 2018 році порівняно із 2017 роком темп спаду –1,05%. Тобто приблизно половина прямих іноземних інвестицій кожного року протягом досліджуваного періоду надходить до міста Київ.

Чималу частку у структурі займає також Дніпропетровська область: 12,55%, 11,18%, 11,67% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно. У 2017 році відносно 2016 року відбувся значний спад, який склав 13,39%, у 2018 році відносно 2017 року абсолютне значення дещо збільшилось, відповідно темп приросту становив 5,65%. Найбільшу частку іноземних інвестицій направлено у промисловість, дещо меншу у торгівлю, операції з нерухомим майном і в інші галузі.

У середньому від двох до п'яти відсотків прямих іноземних інвестицій надходить у такі області, як: Донецька, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Одеська, Полтавська та Харківська. Частка всіх інших областей у структурі прямих іноземних інвестицій в економіці України по регіонах становить менше 2%.

Динаміку прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з регіонів України в економіці країн світу відображено у табл. 4.

Проаналізувавши дані табл. 4, робимо висновок, що найбільший обсяг інвестицій в економіку країн світу надходить з Донецької області: 94,06% у 2016 році, 93,57% у 2017 році та 94, 10% у 2018 році. У 2017 році порівняно з 2016 роком був незначний темп спаду, та вже у 2018 році порівняно з 2017 роком – темп приросту 0,19%. Це вкладення підприємств наукової, технічної та професійної діяльності. Щодо частки прямих іноземних

Таблиця 3

Динаміка прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіці України по регіонах, млн дол. США

Області	Значення, млн. дол. США			Структура, %			Темп приросту (спаду), %	
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р.	2018 р.
Вінницька	187,8	180	198,9	0,58	0,58	0,63	-4,15	10,50
Волинська	247,1	246,1	251,3	0,77	0,79	0,80	-0,40	2,11
Дніпропетровська	4030,6	3491,1	3688,2	12,55	11,18	11,67	-13,39	5,65
Донецька	1748	1249,6	1116,4	5,44	4,00	3,53	-28,51	-10,66
Житомирська	222,7	216,3	226,8	0,69	0,69	0,72	-2,87	4,85
Закарпатська	311,8	317	325,1	0,97	1,02	1,03	1,67	2,56
Запорізька	682,7	863,4	910,5	2,13	2,76	2,88	26,47	5,46
Івано-Франківська	836,6	826,6	904,7	2,60	2,65	2,86	-1,20	9,45
Київська	1593,4	1516,8	1588,7	4,96	4,86	5,03	-4,81	4,74
Кіровоградська	52,5	58,9	70,1	0,16	0,19	0,22	12,19	19,02
Луганська	443,9	436,4	438	1,38	1,40	1,39	-1,69	0,37
Львівська	1032,9	833,5	930	3,22	2,67	2,94	-19,30	11,58
Миколаївська	212,8	213,5	206,1	0,66	0,68	0,65	0,33	-3,47
Одеська	1320,3	1228,8	1202,6	4,11	3,93	3,80	-6,93	-2,13
Полтавська	1000,1	1003	1008,8	3,11	3,21	3,19	0,29	0,58
Рівненська	199,6	159,5	134,2	0,62	0,51	0,42	-20,09	-15,86
Сумська	199,1	190	181,5	0,62	0,61	0,57	-4,57	-4,47
Тернопільська	49,2	48,2	45	0,15	0,15	0,14	-2,03	-6,64
Харківська	1519,6	642,5	638,3	4,73	2,06	2,02	-57,72	-0,65
Херсонська	211	201,3	218,5	0,66	0,64	0,69	-4,60	8,54
Хмельницька	165,5	158,2	170,8	0,52	0,51	0,54	-4,41	7,96
Черкаська	348	334,4	335,7	1,08	1,07	1,06	-3,91	0,39
Чернівецька	59,1	57,1	42,6	0,18	0,18	0,13	-3,38	-25,39
Чернігівська	92,1	241,3	429,6	0,29	0,77	1,36	162,00	78,04
м.Київ	15356,3	16516,8	16343,9	47,81	52,89	51,71	7,56	-1,05
Усього	32122,5	31230,3	31606,4	100	100	100	-2,78	1,20

Джерело: складено авторами на основі [11]

Таблиця 4

Динаміка прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал) з регіонів України в економіці країн світу, млн дол. США

Області	Значення, млн. дол. США			Структура, %			Темп приросту (спаду), %	
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р.	2018 р.
Вінницька	0,1	0,1	0	0,00	0,00	0,00	0,00	-100,00
Дніпропетровська	71,9	18,9	21,1	1,14	0,30	0,33	-73,71	11,64
Донецька	5940,2	5938,1	5949,3	94,06	93,57	94,10	-0,04	0,19
Запорізька	25	28,9	30,1	0,40	0,46	0,48	15,60	4,15
Київська	0,9	8,5	8,5	0,01	0,13	0,13	844,44	0,00
Львівська	34,5	15,4	10,2	0,55	0,24	0,16	-55,36	-33,77
Миколаївська	0,8	0,8	0,8	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
Одеська	18,7	19	13,7	0,30	0,30	0,22	1,60	-27,89
Полтавська	1,8	0,1	0,4	0,03	0,00	0,01	-94,44	300,00
Сумська	2	3,1	3,1	0,03	0,05	0,05	55,00	0,00
Харківська	10,3	11,7	12,5	0,16	0,18	0,20	13,59	6,84
Херсонська	0,1	0,1	0,1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
м.Київ	190,1	283,4	253,3	3,01	4,47	4,01	49,08	-10,62
Усього	6315,2	6346,3	6322	100	100	100	0,49	-0,38

Джерело: складено авторами на основі [11]

інвестицій, то вона займає 3,01%, 4,47% та 4,01% у 2016 році, 2017 році та 2018 році відповідно з міста Києва в економіку країн світу. У 2017 році відносно 2016 року абсолютне значення збільшилось майже на половину, тобто темп приросту становив 49,08%. Але вже у 2018 році відносно 2017 року відбулось деяке зменшення абсолютного значення, темп спаду становив 10,62%.

Частка інших областей України, які відображені у табл. 4, є незначною, а ті, які не відображені, – дані про них не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України "Про державну статистику" щодо конфіденційності статистичної інформації.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідивши ведення офшорного бізнесу у світі, бачимо, що найкращий економічний ефект досягається тоді, коли добре налагоджене співробітництво офшорного центру та економічно розвинутої держави. Про розвиток світового офшорного бізнесу свідчить величина офшорних операцій, які швидко зростають.

Якщо залучати бізнес до власного офшору, то в Україні зростуть свої податкові надходження, з'являться нові робочі місця, банківська та аудиторська сфера активізуються, держава отримає світовий науково-технічний досвід для своїх підприємств, а також відбуватиметься модернізація міжнародних угод. Співробітництво із світовими офшорними зонами, однозначно є однією з важливих рис інтеграції у економічний простір світу, а створення офшорної зони – це не лише крок до фінансової глобалізації, але й основна частина модернізації всього переліку елементів економічного розвитку держави.

Все більш поширеними стають офшорні схеми, що спрямовані на як найбільший прибуток підприємницьких структур через як найменші обов'язкові податкові відрахування до відповідного рівня бюджету. Використання таких схем має і позитивні, і негативні чинники впливу на економіку країни.

До негативних чинників належать:

1) втрати доходів різного рівня бюджету держави;

2) сприятливі умови щодо недобросовісної податкової конкуренції;

3) витік фінансових коштів з економіки країни;

4) створення сприятливих умов для розвитку тіньової економіки;

5) збільшення ризиків стосовно ведення бізнесу (податковий, корупційний, репутаційний, митний, легалізація злочинних доходів).

До позитивних чинників належать:

1) більша ефективність перерозподілу фінансових джерел;

2) швидший обіг фінансових ресурсів у світовій економічній системі;

3) зменшення податкового навантаження;

4) менші інвестиційні ризики, щодо прогресу країн, що розвиваються.

Важливим заходом щодо деофшоризації державної економіки повинен стати розвиток оперативного і безперешкодного обміну інформацією між службами з податкового регулювання різних країн світу.

Задля створення умов щодо економічної недоцільності впровадження офшорних механізмів ведення бізнесу в Україні потрібно розробити і запровадити обмеження, економічно обґрунтовані, стосовно того, щоб запобігти розмиванню податків із прибутку підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Cassard M. The Role of Offshore Centers in International Finansial Intermediation. *IMF Working paper*. 1994. № 107. P. 22–32. URL: https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2016/12/30/The-Role-of-offshore-Centers-in-International-Financial-Intermediation-1200 (дата звернення: 22.12.2019).
2. Бондаренко О.О. Значення компетентності персоналу у процесі впровадження системи менеджменту якості. *Економіка та держава.* 2009. № 4. С. 70–72.
3. Ворнавський Н.В. Характерні риси офшорних зон. *Економіка і бізнес*. 2009. № 4. С. 43–45.
4. Пешко А.В. Офшорний бізнес як складова світової економіки. *Економіка та підприємництво* 2016. № 3. С. 233–236.
5. Столяров В.Ф., Островецький В.І. Становлення та розвиток офшорної діяльності резидентів України (в контексті аналізу світового досвіду антиофшорного регулювання). *Економічний вісник Донбасу.* № 1(43). 2016. С. 68–82. URL: http://www.evd-journal.org/download/2016/1(43)/pdf/9-Stolyarov.pdf (дата звернення: 22.12.2019).
6. Шереметинська О.В. Вплив офшорних зон на економіку України. *Економічний простір*. 2016. № 105. С. 58–66.
7. Григоренко Я.О. Світова офшорна система: еволюція становлення та сучасні особливості. *Наукові праці НДФІ : наук. зб. /* за ред. Т.І. Єфименко. Київ, 2013. Вип. 3. С. 141–146.
8. Rogers-Glabush Julie: IBFD International Tax Glossary, 7th Edition. 2015. 552 p. URL: https://www.ibfd.org/IBFD-Products/IBFD-International-Tax-Glossary-7th-Edition (дата звернення: 22.12.19).
9. Карлін М.І., Борисюк О.В. Фінансові офшори: навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 240 с.
10. М.В. Сідненко, М.І. Попович. Міжнародний офшорний бізнес: принципи ведення та світовий досвід для України. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/46.pdf (дата звернення: 22.12.2019).
11. Державна служба статистики України. веб. сайт. URL: http://ukrstat.gov.ua/.https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/pi_ak_ks_reg_kv/pi_ak_ks_reg_kv_u/arh_pi_ak_ksvr_u.html (дата звернення: 22.12.2019).

REFERENCES:

1. Cassard M. (1994) The Role of Offshore Centers in International Finansial Intermediation. *IMF Working paper*. № 107. Pp. 22–32. Available at: https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2016/12/30/The-Role-of-offshore-Centers-in-International-Financial-Intermediation-1200 (accessed 22 December 2019).
2. Bondarenko O. O. (2009) Znachennja kompetentnosti personalu u procesi vprovadzhennja systemy menedzhmentu jakosti [The importance of staff competence in the implementation of quality management system]. Economy and the state, no. 4, pp. 70–72.
3. Vornavskyi N. V. (2009) Kharakterni rysy ofshornykh zon [Characteristic features of offshore zones]. Economy and business, no. 4, pp. 43–45.
4. Peshko A. V. (2016) Ofshornyj biznes jak skladova svitovoji ekonomiky [Offshore business as a component of the global economy]. Economics and entrepreneurship, no. 3, pp. 233–236.
5. Stoljarov V. F., Ostrovecjkyj V. I. (2016) Stanovlennja ta rozvytok ofshornoji dijaljnosti rezydentiv Ukrajiny (v konteksti analizu svitovogho dosvidu antyofshornogho reghuljuvannja) [Formation and development of offshore activity of residents of Ukraine (in the context of analysis of the world experience of anti-offshore regulation)] Economic. Bulletin of Donbass, no. 1(43), pp. 68–82. Available at: http://www.evd-journal.org/download/2016/1(43)/pdf/9-Stolyarov.pdf (accessed 22 December 2019).
6. Sheremetynsjka O. V. (2016) Vplyv ofshornykh zon na ekonomiku Ukrajiny. [Impact of offshore zones on the economy of Ukraine]. Economic space, no. 105, pp. 58–66.
7. Ghryghorenko Ja. O. (2013) Svitova ofshorna systema: evoljucija stanovlennja ta suchasni osoblyvosti [Global offshore system: evolution of formation and modern features]. Scientific works of the Scientific Research (eds. T.I. Efimenko). Kyiv, vol. 3, pp. 141–146.
8. Rogers-Glabush Julie (2015) IBFD International Tax Glossary, 7th Edition. Available at: https://www.ibfd.org/IBFD-Products/IBFD-International-Tax-Glossary-7th-Edition (accessed 22 December 2019).
9. Karlin M. I., Borysjuk O. V. (2016) Finansovi ofshory [Financial Offshore]. Lutsk: Tower Printing. (in Ukrainian)
10. M. V. Sidnenko, M. I. Popovych. Mizhnarodnyj ofshornyj biznes: pryncypy vedennja ta svitovyj dosvid dlja Ukrajiny [International offshore business: operating principles and world experience for Ukraine]. Efektyvna ekonomika electronic journal, no 5. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/46.pdf(accessed 22 December 2019).
11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: http://ukrstat.gov.ua/.https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/pi_ak_ks_reg_kv/pi_ak_ks_reg_kv_u/arh_pi_ak_ksvr_u.html (accessed 22 December 2019).

Lyvdar Marta
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance
Lviv Polytechnic National University
Yaroshevych Natalya
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance
Lviv Polytechnic National University
Romanyk Viktoriia
Student
Lviv Polytechnic National University

EVOLUTION AND MODERN FEATURES OF THE WORLD OFFSHORE SYSTEM AND INFLUENCE ON UKRAINE

Purpose and relevance of the topic. The purpose of this article is to review the historical aspect of the emergence of offshore zones, the definition of their major world centers, as well as to characterize specific modern features of offshore activity, and, of course, to study further ways of development regarding the use of offshore in Ukraine.

Research methods. For a long time now, the international migration of capital, which shows both the processes of internationalization and globalization of the world economy, has become a simple phenomenon. Many developed countries use offshore. Ukraine, as a developing country, also uses the following working procedures. Therefore, it is necessary to study the history of their functioning, which is of great importance, as well as their modern features.

The purpose of international offshore business is to obtain as the greatest tax breaks as possible and to conceal the source of finances beyond the borders of the state. Any company registered in a country the legislation of which exempts it from taxation is considered offshore. The biggest tax cut provides the company its own special offshore company status. This status is granted to some countries, which are usually poor in natural resources. By attracting funds from foreign companies, you can create new jobs for the banking industry and improve infrastructure.

Offshore companies use businesses in almost every country in the world. The increased use of offshore is characterized by the burden on business taxes, the mobility of the capital market, the development of its infrastructure, the geographical location of the country and its role in economic and political unions.

In today's environment, some companies use offshore schemes to bring financial resources out of the country. Such schemes annually reduce huge amounts of budgetary revenue. Therefore, global deoffshorization is introduced in the world practice.

Results. Regulation of the offshore businesses plays an important role in Ukraine, as they are one of the most important agents in investing in the national economy. The presence of offshore mechanisms in the functioning of the Ukrainian business organizations has been analyzed through the volume and dynamics of investment activity. The presence of offshore mechanisms in the functioning of the Ukrainian business organizations has been investigated through the volume and dynamics of investment activity by region.

Practical value of the article. Researching the conduct of offshore business in the world, it appears that the best economic effect is achieved through the well-established cooperation of the offshore center and the economically developed country. By attracting business to its own offshore, tax revenues will increase in Ukraine, new jobs will emerge, banking and auditing will be activated, and the country will have world-class scientific and technical experience for its enterprises, and international agreements will be modernized. Cooperation with the world offshore zones is definitely one of the important features of integration into the economic space of the world, and the creation of an offshore zone is not only a step towards financial globalization, but also a major part of modernizing the entire list of elements of economic development of the country.

Offshore schemes are increasingly widespread, aiming at maximizing the profits of business structures through the least mandatory tax deductions to the appropriate budget level. The use of such schemes has both positive and negative factors affecting the country's economy.

An important measure for deoffshorization of the state economy should be the development of prompt and unobstructed exchange of information between tax authorities across the world.

In order to create conditions for the economic inappropriateness of implementing offshore business mechanisms in Ukraine, it is necessary to develop and implement economically sound restrictions to prevent the diversion of corporate income taxes.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

FINANCIAL MECHANISM OF ENTERPRISE PROFIT MANAGEMENT UNDER UNCERTAINTY

УДК 336.67
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-55

Лиса О.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара
Лучіна А.Д.
студентка
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

У статті розглянуто роль прибутку в контексті забезпечення функціонування підприємства в нестабільному економічному середовищі. Охарактеризовано прибуток як основне внутрішнє джерело розвитку суб'єктів господарювання. Розглянуто шляхи подолання невизначеності під час розроблення альтернатив стратегічного розвитку підприємств. Окреслено системний характер фінансового механізму управління прибутком. Вказано на особливості максимізації або мінімізації оподатковуваного прибутку залежно від організаційно-правової форми підприємства. Розглянуто джерела збільшення розміру прибутку. Акцентовано увагу на необхідності спрямування управлінських рішень на отримання максимального доходу через обмежені можливості зниження виробничих витрат у кризових умовах. Визначено концептуальні засади механізму управління прибутком підприємства. Зазначено чинники, що зумовлюють вибір інструментів для підвищення ефективності управління прибутком в умовах невизначеності.

Ключові слова: *прибуток, управління прибутком, фінансовий механізм, мінімізація витрат, максимізація доходу, невизначеність.*

В статье рассмотрена роль прибыли в контексте обеспечения функционирования предприятия в нестабильной экономической среде. Охарактеризована прибыль как основной внутренний источник развития субъектов хозяйствования. Рассмотрены пути преодоления неопределенности при разработке альтернатив стратегического развития предприятий. Определен системный характер финансового механизма управления прибылью. Указано на особенности максимизации или минимизации налогооблагаемой прибыли в зависимости от организационно-правовой формы предприятия. Рассмотрены источники увеличения размера прибыли. Акцентировано внимание на необходимости направления управленческих решений на получение максимального дохода при ограниченных возможностях снижения производственных затрат в кризисных условиях. Определены концептуальные основы механизма управления прибылью предприятия. Указаны факторы, обуславливающие выбор инструментов для повышения эффективности управления прибылью в условиях неопределенности.

Ключевые слова: *прибыль, управление прибылью, финансовый механизм, минимизация затрат, максимизация дохода, неопределенность.*

The article considers the role of profit of the enterprise in the context of ensuring its functioning in an unstable economic environment. Profit is described as the main internal source of development of economic entities. The thesis about the necessity of profit management as the main prerequisite for risk reduction and uncertainty of financial and economic activity of enterprises is substantiated. Ways to overcome uncertainty in the development of alternatives to strategic enterprise development are considered. The systemic nature of the financial mechanism of profit management is outlined. The features of maximization or minimization of taxable revenue depending on the organizational and legal form of the enterprise are indicated. It is noted that increasing sales volume and reducing costs are the main sources of increase in profit. Emphasis is placed on the necessity of directing managerial decisions to obtain maximum revenue due to the limited possibilities of reducing production costs in crisis conditions The necessity of effective profit distribution management in the context of future development of the enterprise is pointed out. There are three main directions of formation of opportunities of the enterprise to increase profit. The conceptual foundations of the enterprise profit management mechanism are defined. It is stated that on a functional basis the mechanism of enterprise profit management is implemented through a set of financial methods, namely: accounting, analysis, planning, regulation, control. It is emphasized that the uncertainty is related to the lack or inaccuracy of the necessary information to make the justified decisions. The importance of management accounting as a source of inside information for the needs of enterprise profit management is pointed out. The factors determining the choice of tools for improving the efficiency of profit management under uncertainty are identified. Ultimately, the introduction of a profit management mechanism will help to ensure the profitability of the enterprise and increase the welfare of its owners.

Key words: *profit, profit management, financial mechanism, cost minimization, revenue maximization, uncertainty.*

Постановка проблеми. Ефективне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства сприяє досягненню основної мети його функціонування – отримання прибутку. На цей процес впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники, що зумовлюють специфіку фінансового менеджменту в сфері управління прибутком. У сучасних умовах розвитку економіки проблема визначення ефективного механізму управління прибутком підприємств набуває значної актуальності та потребує обґрунтування нових підходів для її вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням управління формуванням та використанням прибутку підприємств присвячена ціла низка робіт вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: І.О. Бланк [1], М.О. Житар [2], О.В. Кривда [3], В.І. Куцик, Р.Л. Лупак [4], В.В. Мануйленко [5], Н.Ю. Мардус [6], О.С. Хринюк [7], К.Г. Шеїна [8] та інші. Однак потребують подальшого дослідження окремі питання щодо обґрунтування фінансового механізму управління прибутком підприємств в умовах невизначеності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення підходів до управління прибутком підприємств у частині побудови фінансового механізму, спрямованого на підвищення ефективності управлінських рішень в умовах невизначеності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективне управління прибутком підприємства передбачає усвідомлення основних механізмів

формування прибутку, впровадження сучасних методів його аналізу, планування і контролю. В сучасних реаліях у більшості суб'єктів господарювання практично відсутні комплексні теоретичні розробки, що обґрунтовують формування механізму управління прибутком підприємства та дозволяють здійснювати ефективне управління його фінансово-господарською діяльністю.

Прибуток є важливим показником діяльності підприємств, оскільки механізм його формування, розподілу і використання має вплив на інтереси всіх суб'єктів фінансових відносин: держави, власників, його топ-менеджменту і персоналу, а також інтереси власників дрібних пакетів акцій, партнерів та різних кредиторів. Для підприємства важливість отримання достатнього розміру прибутку полягає в тому, що він є кінцевим фінансовим результатом його діяльності та в ринкових умовах виступає основним джерелом фінансування розширеного відтворення виробничого циклу та соціального розвитку (рис. 1).

Прибуток будь-якого підприємства є внутрішнім джерелом розвитку, а його розмір безпосередньо залежить від рівня організації фінансового менеджменту, що базується на кваліфікованій оцінці ступеня ризику здійснення підприємницької діяльності суб'єкта господарювання. Від цього безпосередньо залежать ефективність роботи підприємства, скорочення витрат в процесі його операційної діяльності, захист капіталу від «розмивання».

Процеси, пов'язані з формуванням та використанням прибутку підприємства, потребують організації обґрунтованого управління, особливо в умовах ризику та невизначеності. Слід зауважити, що наслідки дії ризику, пов'язаного з невизначеністю умов прийняття управлінських рішень, можуть бути виявлені тільки через деякий час. Якщо прийняти цю тезу, то необхідно погодитися з тим, що для зниження ризику слід насамперед знизити невизначеність [9, с. 84].

Серед шляхів подолання невизначеності в межах окремих варіантів стратегічного розвитку виокремлюють такі, як: диверсифікація ризику; розподіл ризику між підприємствами – учасниками товарообігу; закупівля необхідної продукції в декількох постачальників; передача ризику страховим контрагентам [4, с. 170].

Управління прибутком підприємства можна визначити як комплекс взаємопов'язаних управлінських рішень щодо процесу формування, розподілу та використання прибутку [2, с. 189].

Фінансовий механізм управління прибутком являє собою систему основних елементів, які регулюють процес розроблення і реалізації управлінських рішень у сфері його формування, розподілу і використання [1, с. 29–31].

Фінансовий механізм управління формуванням і використанням прибутку має бути сформований таким чином, щоб сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати науково-технічний і соціальний розвиток підприємств.

Загалом відомі два основних джерела збільшення прибутку: нарощування обсягу випуску й реалізації та/або зменшення витрат. Управління прибутком підприємства полягає в розробці механізму організаційно-економічного впливу на підвищення його ефективності, пошуку інструментів, що дозволяють від стихійно отриманих доходів перейти до регульованих доходів.

Проблеми формування прибутку пов'язані, перш за все, з установленням рівня оподатковуваного прибутку. В цьому аспекті виникає конфлікт інтересів фіскальних органів, які зацікавлені в отриманні більшої суми податку на прибуток, та акціонерами, які бажають отримати більший обсяг дивідендів, що стає можливим лише за умови зростання величини чистого прибутку, що залиша-

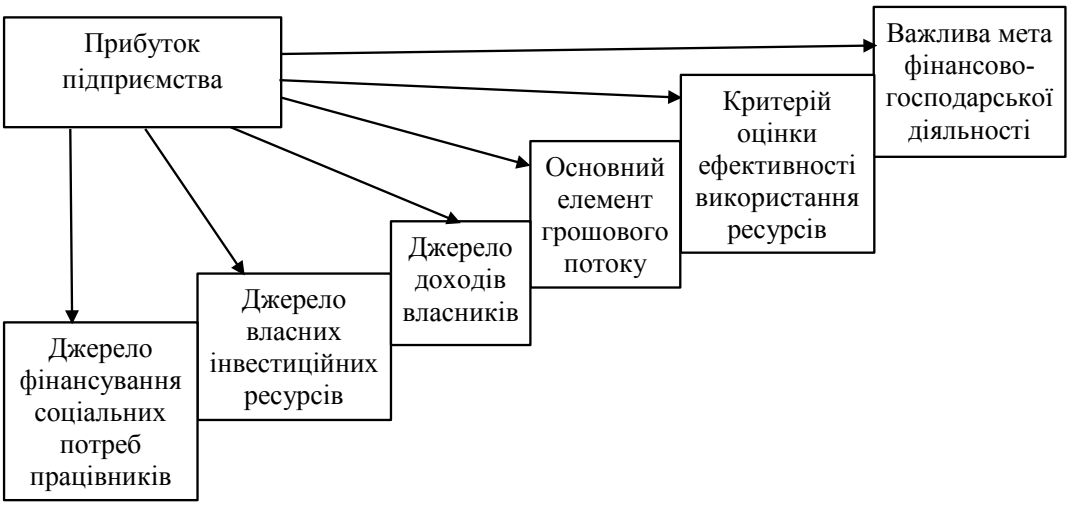


Рис. 1. Значення прибутку підприємства в ринкових умовах господарювання

Джерело: складено авторами на основі [1; 4; 7]

ється після сплати податків. Отже, першочергово постає завдання щодо визначення принципів формування прибутку.

Підприємство має право самостійно вирішувати питання максимізації або мінімізації оподатковуваного прибутку. Це залежить від публічності бізнесу, тобто від організаційно-правової форми. Так, підприємство з обмеженим числом власників будь-якої організаційно-правової форми, крім публічних акціонерних товариств, прагне мінімізувати прибуток, тобто вирішувати певні проблеми свого розвитку не за рахунок чистого прибутку, а за рахунок збільшення витрат підприємства на виробництво й реалізацію продукції. Крім того, такі підприємства не цікавить гнучкий зв'язок між виручкою від реалізації і витратами, пов'язаними з виробництвом і реалізацією продукції, тобто при зниженні виручки такі підприємства не відразу намагаються пропорційно знизити витрати. Це дуже часто призводить до того, що підприємства, вирішуючи короткострокові завдання мінімізації прибутку, починають відчувати кризу стратегії, а потім і кризу рентабельності, доводячи господарюючий суб'єкт до неплатоспроможності [8, с. 96].

Публічні акціонерні товариства більше зацікавлені саме в максимізації чистого прибутку через прагнення менеджменту до збільшення ринкової вартості корпоративних прав. Таке підприємство, забезпечуючи виробничі, матеріальні й соціальні потреби за рахунок чистого прибутку, має прагнути до встановлення оптимального співвідношення між фондом накопичення і споживання для того, щоб урахувати умови ринкової кон'юнктури.

Таким чином, доцільним було б націлити управління підприємством не стільки на отримання максимального прибутку, скільки на отримання максимального доходу. За таких умов максимізація прибутку в основному пов'язується зі зниженням виробничих витрат. Однак в умовах, коли управління витратами в основному зводиться до контролю їх обсягу, а ціна за кожен вхідний матеріал (ресурс) практично некерована, коли інфляція не сповільнюється і безконтрольна, підприємство вкрай обмежене в можливості знижувати виробничі витрати. Тому виникає необхідність оцінити інші якісні характеристики, що впливають на збільшення доходів підприємства.

Поряд із формуванням прибутку на будь-якому підприємстві повинно бути гарантоване результативне управління його розподілом. При цьому потрібно враховувати, що будь-який розподіл прибутку звітного періоду – це в той же час формування підґрунтя для розвитку підприємства в майбутньому, реалізація цілей його стратегічного управління.

Можна виділити три основні напрями формування можливостей збільшення величини прибутку підприємствами.

Перший напрям стосується підприємств, які випускають унікальний (монопольний) продукт, що володіє особливими рисами, яких немає у подібних продуктів конкурентів. Збільшення прибутку для таких підприємств пов’язане з безперервним розвитком якісних і кількісних характеристик такого продукту. Але необхідно врахувати такі протидіючі сили, як антимонопольна стратегія уряду і збільшення конкуренції з боку інших виробників.

Другий напрям формування можливостей збільшення величини прибутку пов'язаний з виробничою і підприємницькою діяльністю. Він стосується абсолютно всіх підприємств. У даному випадку фактично все зводиться до належного маркетингу, а величина прибутку залежить від:

– коректності вибору виробничої спрямованості підприємства (вибір товарів, що користуються стійким і високим попитом);

– формування конкурентоспроможних умов для продажу власних продуктів і надання послуг (ціна, термін поставки, якісне обслуговування клієнтів, наявність післяпродажного обслуговування і т. ін.);

– обсягів виробництва (чим більший обсяг виробництва, тим більше маса прибутку);

– структури зменшення витрат виробництва.

Третій напрям обумовлений інноваційною діяльністю підприємства, передбачає безперервне поліпшення, вдосконалення продукції, що випускається, підвищення її конкурентоспроможності, збільшення обсягів реалізації та підвищення маси прибутку.

Отже, вищезазначене вказує на необхідність не тільки зниження витрат, а й зростання виручки, перш за все, шляхом реалізації ефективного управління та активізації інноваційної діяльності підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності.

Регулювання величини доходу є складним завданням і не може бути реалізовано тільки на рівні поточного управління. Дослідження показали, що при всьому різноманітті причин зниження прибутку на вітчизняних підприємствах, головні з них криються в слабкому менеджменті, неправильно обраних і здійснюваних стратегіях розвитку підприємства, у відсутності висококваліфікованих топ-менеджерів та інноваційно підготовлених кадрів. Найбільш слабкою ланкою в системі управління прибутком підприємства залишається її стратегічний рівень. Проблема впровадження в практику вітчизняних підприємств стратегічного управління погіршується тим, що навіть при його наявності економічні методи управління на цьому рівні не використовуються загалом [3, с. 49].

Грамотне, результативне управління формуванням прибутку передбачає створення на підприємстві певних організаційно-методичних концепцій управління, знання ключових елементів збільшення прибутку, застосування сучасних способів його планування.

Отже, механізм управління прибутком підприємства визначається як комплекс скоординованих методів, інструментів і важелів, які забезпечують збалансованість формування, розподілу й використання прибутку підприємств в процесі адаптації до факторів зміни зовнішнього середовища. Концептуальні засади механізму управління прибутком підприємства охоплюють принципи, мету, об'єкт, механізм реалізації, інструментарій, методи оцінки ефективності (табл. 1).

Механізм управління прибутком підприємства реалізується через сукупність методів і охоплює: фінансовий облік, фінансовий аналіз, фінансове планування, фінансове регулювання, фінансовий контроль. Адаптація фінансового механізму в умовах невизначеності здійснюється шляхом застосування методів фінансового планування та регулювання. Планування спрямоване на формування оптимальної програми траєкторії розвитку економіко-соціальної системи на конкретний період часу. Головне завдання регулювання зводиться до встановлення заданого стану функціонування системи, передбаченого плануванням як випереджувальним управлінням.

Невизначеність фінансово-господарської діяльності підприємства пов'язана або з відсутністю необхідної для прийняття обґрунтованого рішення інформації про стан його зовнішнього і внутрішнього середовищ, або з її неточністю і недостатністю, що зумовлює об'єктивну неможливість розробки надійних сценаріїв функціонування суб'єктів підприємництва в мінливому ринковому середовищі [9, с. 84].

З цього погляду особливо важливим для потреб управління прибутком є управлінський облік, де об'єктом управління є фактори, що мають вплив на прибуток і на його динаміку. Ця інформація необхідна керівництву для прийняття управлінських рішень, а тому підприємство може самостійно визначати перелік тих доходів і витрат, які включаються до розрахунку прибутку, виходячи з потреб і завдань управління тощо. Порядок визначення прибутку визначається внутрішніми методичними підходами до розрахунку не тільки у масштабі підприємства, а і в більш дрібних складниках для потреб вищого керівництва з метою прийняття управлінських рішень, бізнес-напрямів тощо [6, с. 134].

Для забезпечення ефективності механізму управління прибутком підприємств можна запропонувати наступні заходи: розробка гнучкої політики формування і розподілу прибутку підприємств, впровадження підходу до прогнозування прибутку з урахуванням майбутньої вартості витрат і ризику, побудова системи моніторингу показників прибутку, підвищення дієвості системи податкового планування.

Серед чинників, що визначають вибір інструментів для підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку в умовах невизначеності, слід ураховувати такі: 1) обсяг реа-

Таблиця 1

Концептуальні засади механізму управління прибутком підприємства

Параметр	Характеристика
Мета	створення сприятливих умов для реалізації короткострокових і довгострокових управлінських рішень у сфері забезпечення прибутковості підприємства
Принципи	стратегічної спрямованості; ефективності; системності; динамічності; збалансованості інтересів; комплексності; безперервності функціонування; інтегрованості; ієрархічності; альтернативності розробки управлінських рішень; врахування впливу фінансового ризику
Об'єкт	фінансові відносини в сфері формування і використання прибутку підприємства
Суб'єкти	внутрішні (центри відповідальності управління прибутком), зовнішні (державні установи, споживачі продукції, власники)
Механізм реалізації	прогноз розміру прибутку з урахуванням змін чинників ринкового середовища, провадження гнучкої фінансової політики, розробка заходів щодо підвищення ефективності діяльності підприємств
Інструментарій	1) інструменти: оцінка прибутковості підприємства на основі CVP-аналізу, оцінка впливу прибутку на ефективність, оцінка впливу фінансового ризику на результати діяльності, прогнозування прибутку; 2) фінансові важелі, що є елементами кредитної, податкової, інноваційної, інвестиційної, дивідендної політики підприємства
Вимоги	– забезпечення отримання підприємством прибутку; – цілеспрямованість кожного елемента фінансового механізму; – напрями дії всіх елементів механізму на забезпечення прибутковості; – зворотний зв'язок елементів фінансового механізму різних рівнів; – своєчасне реагування фінансового механізму на зміни середовища
Методи оцінки ефективності	аналітичні, експертні, середньоарифметичної оцінки, графічні
Система забезпечення	1) нормативно-правове забезпечення; 2) інформаційне забезпечення; 3) забезпечення фінансовими ресурсами

Джерело: складено авторами на основі [2; 5]

лізованої продукції (можливість зниження величини постійних витрат на одиницю продукції); 2) зростання цін (особливо в період високих темпів інфляції); 3) зниження собівартості реалізованої продукції (зменшення витрат за рахунок більшої керованості та контролю їх величини); 4) оновлення асортименту і номенклатури продукції, що випускається (випуск нових, конкурентоспроможних товарів із більшою часткою прибутку в ціні продукту).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, механізм управління прибутком підприємств запропоновано розглядати через прояв його дії в сфері формування, розподілу і використання прибутку підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища. Особливістю реалізації цього механізму є використання методів прогнозування прибутку з урахуванням чинників змін ринкового середовища за трьома сценаріями: збереження в майбутньому тенденцій формування доходів і рівня витрат попередніх років; прогнозування фінансового результату, який забезпечує беззбиткову діяльність; прогнозування гнучкого розвитку підприємства на основі показників рентабельності, інфляції, ризику. Впровадження механізму управління прибутком відповідно до запропонованого підходу сприятиме забезпеченню прибутковості діяльності підприємства та зростанню добробуту його власників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Управление прибылью. Киев : Ника-Центр, 2002. 752 с.

2. Житар М.О. Концептуальні засади удосконалення механізму управління прибутком банку. *Економіка і організація управління.* 2016. № 2. С. 188–196.

3. Кривда О. В., Братченко А.І. Управління формуванням прибутку в системі стратегічного управління підприємством. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки».* 2018. № 1. С. 48–53.

4. Куцик В.І., Лупак Р.Л., Годованюк М.А. Інструменти підвищення ефективності управління формуванням і використанням прибутку в цілях капіталізації підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 1. С. 167–171.

5. Мануйленко В.В., Садовская Т.А. Современная методология управления прибылью акционерного общества. *Финансы и кредит.* 2014. № 22. С.45–58.

6. Мардус Н.Ю., Мардус О.О. Формування поняття «прибуток» і визначення основних аспектів управління ним. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «економічні науки».* 2018. Вип. 28. Ч. 1. С. 132–135.

7. Хринюк О.С., Сябер Є.О. Прибуток підприємств та економічні методи управління процесом його формування. *Держава і регіони*. 2018. № 4. С. 139–144.

8. Шеина Е.Г., Кошелева В.И. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии. *Вестник Прикамского социального института*. 2017. № 3. С. 89–98.

9. Водолазська О.А. Методологічні засади фінансового менеджменту суб'єктів підприємництва в умовах невизначеності. *Економічний аналіз.* 2018. Т. 28. № 4. С. 82–87.

REFERENCES:

1. Blank I. A. (2002) Upravlenie pribyl'yu [Profit Management]. Kyiv: Nika-Center. (in Ukrainian)

2. Zhytar M. O. (2016) Kontseptualni zasady udoskonalennia mekhanizmu upravlinnia prybutkom banku [Conceptual aspects of improving the mechanism of management of the bank profit]. *Economics and organization of management*, no. 2, pp. 188–196.

3. Kryvda O. V., Bratchenko A. I. (2018) Upravlinnia formuvanniam prybutku v systemi stratehichnoho upravlinnia pidpryiemstvom [Management of formation of profit in the system strategic management by enterprise]. *Bulletin of Cherkasy University. Economic Sciences,* no. 1, pp. 48–53.

4. Kutsyk V. I., Lupak R. L., Hodovaniuk M. A. (2017) Instrumenty pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia formuvanniam i vykorystanniam prybutku v tsiliakh kapitalizatsii pidpryiemstva [The tools to improve management of generating and using profit with the aim to capitalization of enterprise]. *Business* Inform, no. 1, pp. 167–171.

5. Manuylenko V. V., Sadovskaya T. A. (2014) Sovremennaya metodologiya upravleniya pribyl'yu aktsionernogo obshchestva [Modern methodology of joint-stock company profit management]. *Finance and credit*, no. 22, pp. 45–58.

6. Mardus N. Yu., Mardus O. O. (2018) Formuvannia poniattia «prybutok» i vyznachennia osnovnykh aspektiv upravlinnia nym [Formation of the concept "profit" and determination of the main aspects of its management]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series «Economic Sciences»*, vol. 28, no. 1, pp. 132–135.

7. Khryniuk O. S., Siaber Ye. O. (2018) Prybutok pidpryiemstv ta ekonomichni metody upravlinnia protsesom yoho formuvannia [Profit of enterprises and economic methods of managing the process of its formation]. *Derzhava ta rehiony,* no. 4, pp. 139–144.

8. Sheina E. G., Kosheleva V. I. (2017) Politika formirovaniya i raspredeleniya pribyli na predpriyatii [The policy of formation and distribution of profit in the enterprise] *Bulletin of Prikamsky Social Institute*, no. 3, pp. 89–98.

9. Vodolazska O. A. (2018) Metodolohichni zasady finansovoho menedzhmentu subiektiv pidpryiemnytstva v umovakh nevyznachenosti [Methodological principles of financial management of subjects of entrepreneurship in conditions of uncertainty]. *Ekonomichnyy analiz,* vol. 28, no. 4, pp. 82–87.

Lysa Olena
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance, Banking and Insurance
Oles Honchar Dnipro National University
Luchina Alona
Student
Oles Honchar Dnipro National University

FINANCIAL MECHANISM OF ENTERPRISE PROFIT MANAGEMENT UNDER UNCERTAINTY

The purpose of this article is about defining approaches to enterprise profit management in terms of building a financial mechanism aimed at improving the effectiveness of managerial decisions under uncertainty.

The importance of obtaining a sufficient amount of profit is that it is the ultimate financial result of the enterprise and is the main source of financing for extended reproduction of the productive cycle and social development in market conditions. Thus, in the current economic environment, the problem of determining an effective financial mechanism for profit management is of great relevance and needs to justify new approaches to solve it.

Methodology. In the course of the study, such methods as theoretical generalization and comparison were used to determine the notion of profit and its meaning for the enterprise in market conditions; grouping and systematization were used when considering the conceptual foundations of the enterprise profit management mechanism; an integrated method and logical generalization were used when identified ways to overcome uncertainty in making managerial decisions.

Results. Processes related to the formation and use of corporate profits require the organization of effective management, especially in conditions of risk and uncertainty. The main condition for reducing risk is the reduction of uncertainty that is partly achieved through risk diversification and insurance.

The system of basic elements that regulate the process of development and implementation of management decisions in the field of formation, distribution and use of profit forms the financial management mechanism.

Nowadays, it would be advisable to target enterprise management not so much to maximize profits as to maximize revenue. Revenue maximization is mainly associated with cost minimization, with the latter being impossible for enterprises in the case of uncontrolled price on the inputs.

There should be guaranteed effective management of the profit distribution along with its formation at any enterprise, since the distribution of profit for the accounting period is the creation of a basis for the development of the enterprise in the future, the realization of the goals of its strategic management.

Achieving the strategic level remains the weakest link in the enterprise profit management system. Studies have shown that with all the variety of reasons for reducing profits at domestic enterprises, the main ones lie in poor management, incorrectly selected and implemented enterprise development strategies, in the absence of highly qualified top managers and innovatively trained personnel.

The conceptual framework of the enterprise profit management mechanism encompasses a set of coordinated methods, tools and levers that ensure the balance of the formation, distribution and use of enterprise profits in the process of adaptation to environmental factors.

Adaptation of the financial mechanism under uncertainty is carried out by applying methods of financial planning and regulation. Planning is aimed at forming an optimal program of the trajectory of economic and social system development for a specific period of time.

Uncertainty of financial and economic activity of an enterprise may be related either to lack of necessary information or to its inaccuracy and insufficiency. This necessitates the objective need for management accounting as an effective tool for generating an array of information on factors that affect profit and its dynamics.

Practical value. Overcoming uncertainties in justifying managerial decisions by identifying individual options for strategic enterprise development will ultimately reduce losses from potential risks by diversifying them. In turn, the presented approaches to the formation of a financial mechanism for enterprises profit management will contribute to ensuring the profitability of the enterprise and increase the welfare of its owners.

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

CURRENT REALITIES AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF INSURANCE COMPANIES IN UKRAINE

УДК 368:629
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-56

Мілошевич Н.В.
старший викладач
кафедри економіки підприємств
Одеський національний
політехнічний університет
Пашкова А.В.
старший викладач
кафедри економіки підприємств
Одеський національний
політехнічний університет

У статті проаналізовано сучасний стан страхового ринку України. Охарактеризовані причини низького рівня впровадження страхування в Україні. Досліджено тенденції зміни основних показників діяльності страхового ринку. Встановлено, що структура страхових премій за видами страхування свідчить про розвиток в Україні лише класичних видів страхування. Узагальнено основні проблеми, які негативно впливають на діяльність страхових компаній. Вирішення вказаних проблем не лише дасть змогу підвищити ефективність функціонування і конкурентоспроможність страхових компаній, але і забезпечить підйом економіки загалом, прискорить інтеграцію в європейський і світовий страховий простір. Досліджено тенденції, що спостерігаються на страховому ринку, які забезпечать його подальший розвиток. Розглянуто перспективні напрями розвитку страхового ринку. Нині для того, щоб утриматися на страховому ринку, страховики повинні шукати унікальні рішення, використовувати нові підходи до клієнтів, упроваджувати онлайн-інновації.

Ключові слова: *страхування, страховий ринок, капіталізація, платоспроможність страхових компаній, страхування кіберризиків, інвестиційне, медичне страхування, онлайн-страхування.*

В статье проанализировано современное состояние страхового рынка Украины. Исследованы тенденции изменения основных показателей деятельности страхового рынка. Установлено, что структура страховых премий по видам страхования свидетельствует о развитии в Украине лишь классических видов страхования. Охарактеризованы причины низкого уровня внедрения страхования в Украине. Обобщены основные проблемы, которые негативно влияют на деятельность страховых компаний. Решение указанных проблем не только позволит повысить эффективность функционирования и конкурентоспособность страховых компаний, но и обеспечит подъем экономики в целом, ускорит интеграцию в европейское и мировое страховое пространство. Исследованы тенденции, которые наблюдаются на страховом рынке и которые обеспечат его последующее развитие. Рассмотрены перспективные направления развития страхового рынка. На сегодняшний день для того, чтобы удержаться на страховом рынке, страховщики должны искать уникальные решения, использовать новые подходы к клиентам, внедрять онлайн-инновации.

Ключевые слова: *страхование, страховой рынок, капитализация, платежеспособность страховых компаний, страхование киберрисков, инвестиционное, медицинское страхование, онлайн-страхование.*

Insurance is a powerful method of protecting business entities from existing and potential risks, as well as from the effects of possible negative factors that could adversely affect the activities of such entities. Given the objective need for increasing involvement of the insurance system in the Ukrainian economy, research into the trends and mechanisms that enable the insurance industry to participate in the country's effective development processes is of particular relevance and importance. The purpose of the study is to analyze the current state of the Ukrainian insurance market, to study the negative factors that limit its development and to identify trends in the further development of insurance. In recent years, the number of insurance companies in Ukraine has decreased. The analysis of the current state of the insurance market indicates that there are serious problems that hinder its further development. The activity of insurance companies is adversely affected by political and economic instability in the country. Insufficient level of capitalization of insurers, unfavorable conditions for introduction of new insurance products, lack of reliable financial instruments and state guarantees of insurance activity, imperfection of tax legislation negatively affect the insurance market of Ukraine, and thus slow its development. The main trends observed in the insurance market that will contribute to its development: the continuation of the globalization of the insurance market; introduction of investment insurance; an increase in the share of voluntary health insurance; cyber risk insurance and other new insurance products; implementation of new requirements for solvency rules and regulations in the activities of Ukrainian insurers; implementation of direct insurance without intermediaries through the use of a modern innovative online insurance mechanism. The conducted research shows that the insurance market of Ukraine is gradually adapting to the requirements of the European and world markets. In order to improve the situation, it is necessary to more actively introduce foreign insurance experience and to change its own models of functioning of the insurance market, which will not only improve the efficiency of operation and competitiveness of insurance companies, but also ensure the recovery of the economy as a whole, accelerate integration into the European and world insurance world.

Key words: *insurance, insurance market, capitalization, solvency of insurance companies, cyber risk insurance, investment, health insurance, online insurance.*

Постановка проблеми. Страхування є вагомим методом захисту суб'єктів господарювання від наявних та потенційних ризиків, а також від впливу можливих негативних факторів, здатних негативно впливати на діяльність таких суб'єктів. Ефективне функціонування страхового ринку здатне забезпечити належну фінансову стійкість учасників господарських процесів та перспективи їхнього розвитку. Водночас страховий ринок постає і важливим джерелом довгострокових інвестицій в економіку держави як вирішальної умови її стабільного і довгострокового соціально-економічного поступу.

Проте нині страховий ринок в Україні залишається за багатьма аспектами лише потенційним джерелом економічного зростання. Це пов'язано з недостатніми масштабами страхування можливих ризиків внаслідок цілої низки об'єктивних і суб'єктивних причин. Під впливом поточної економічної і політичної ситуації в Україні сформувалися несприятливі умови щодо стану страхового ринку. Так, за оцінками експертів, частка

страхових платежів за особистим страхуванням в Україні становить усього 4–5%, тоді як у Західній Європі та США цей вид послуг займає близько 60%, у Японії – 80%, у Великобританії – 70%, а у світі в середньому – 58,3%. Загальний обсяг страхових послуг на фінансовому ринку України в останньому десятиріччі за зібраними преміями дорівнював 0,06% світового обсягу і був меншим у 400 разів порівняно із США, у 60 разів – із Німеччиною, у 50 разів – із Францією [1].

Нині є низка проблемних питань, що стосуються діяльності страховика, пов'язаних з активізацією страхового процесу. Вирішенню однієї з таких проблем і присвячена ця стаття. Враховуючи об'єктивну необхідність дедалі більшого залучення страхової системи до економіки України, дослідження тенденцій та механізмів, які дають змогу страхуванню брати участь в процесах ефективного розвитку країни, набуває особливої актуальності та ваги.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню теоретичних і практичних засад функціонування страхового ринку України присвячені праці багатьох учених, таких як: М.М. Александрова, В.Д. Базилевич, А.В. Василенко, О.Д. Вовчак, Н.В. Зозуля, С.С. Осадець, Л.Ю. Сорока, А.Л. Черненко, Я.П. Шумелда та інші. Але, незважаючи на значну кількість питань, які досліджуються у працях науковців, таке важливе питання, як розвиток страхового ринку в Україні, потребує подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Мета статті – розглянути сучасний стан страхового ринку України. Дослідити основні проблеми та негативні фактори, які обмежують його розвиток. Виявити тенденції, які дозволять страхуванню брати участь у процесах ефективного розвитку країни та запропонувати механізми активізації діяльності страхових компаній в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Український страховий ринок перебуває сьогодні на етапі поступового інтегрування у світову систему страхування. Однак на шляху розвитку страхової галузі в Україні є різні перешкоди, які можуть бути вирішені лише за наявності відповідних умов. Аналіз сучасного стану ринку страхових послуг вказує на наявність серйозних проблем, що стримують його подальший розвиток.

За останні роки в Україні відбулося скорочення кількості страхових компаній. Так, станом на 30.09.2019 року порівняно з тим же періодом 2018 року на 51 страховика стало менше (порівняно з 2016 роком кількість скоротилася на 89 страхових компаній) [2].

Можна виділити основні причини, що призвели до скорочення кількості страховиків: недостатній рівень капіталізації страхових компаній, що призводить до анулювання ліцензій на надання страхових послуг; недостатня пропозиція якісних страхових продуктів; жорсткість політики регулятора щодо несумлінних компаній, зокрема, «схемних» страховиків і компаній, які роками не здійснювали страхову діяльність.

Тенденція зміни показників, що характеризують діяльність страхових компаній за 2018–2019 рр., свідчить про зміни на страховому ринку. Тоді як кількість діючих страхових компаній на ринку скоротилася, капіталізація існуючих страховиків збільшилася. Так, величина активів станом на 30.06.2019 року порівняно з відповідним показником минулого року збільшилася на 8,04 млрд грн., або на 14,0%, страхових резервів – на 5,04 млрд грн., або на 21%. За даними Нацкомфінпослуг України на протязі аналізованого періоду на 3,9% збільшилася до 60,930 млн кількість укладених договорів страхування. Крім того, на 1,8% (до 56,015 млн) збільшилась кількість договорів страхування із фізичними особами.

Страхові компанії України в січні-вересні 2019 року зібрали чисті премії на суму 30,149 млрд грн., що на 18,8% більше, ніж за аналогічний період 2018 року. Обсяг валових страховых премій становив 40,562 млрд грн. (на 16,3% більше). Збільшення валових страхових премій відбулося майже за всіма видами страхования. Зокрема, в автострахуванні КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена карта» – на 1,7 млрд грн. (18%), в медичному страхуванні – на 1,028 млрд грн. (40,3%), страхуванні від пожежних ризиків та ризиків стихійних явищ – на 776,6 млн грн. (25,4%), страхувані майна – на 618,1 млн грн. (13,7%), у страхувані життя – на 552,6 млн грн. (20,2%) [2].

На жаль, зростання зборів премій за всіма видами страхування значною мірою зумовлено інфляцією та зростанням курсу долару. Але на ринку відзначається приріст також і за абсолютними показниками кількості клієнтів та договорів, але він не такий значний.

Нині рівень страхового покриття в Україні залишається досить низьким – 5–10%, тоді як у роз-

Таблиця 1

Кількість страхових компаній в Україні у 2016–2019 рр.

Кількість страхових компаній	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Загальна кількість	323	296	285	234
в т.ч. СК «non-life»	280	262	254	211
в т.ч. СК «life»	43	34	31	23

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту Нацфінпослуг

винутих країнах Європи цей показник становить понад 94%. Структура страхових премій за видами страхування станом на перше півріччя 2019 р. свідчить про розвиток в Україні лише класичних видів страхування. Так, у структурі страхових премій найбільшу питому вагу займає автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена карта») – 32,9% (або 6633,8 млн грн.), медичне страхування (безперервне страхування життя) – 11,3% (або 2271,8 млн грн.) та страхування життя – 10,4% (або 2090,7 млн грн.) [2].

Страхові премії щорічно зростають, але страховий ринок – у глибокій кризі. Іноземні компанії йдуть з України, а решта – виживає за рахунок транспортного страхування і кептивних ризиків. Винятком є добровільне медичне страхування (ДМС), яке користується величезним попитом як у роботодавців, що піклуються про співробітників, так і у приватних клієнтів.

На стан страхового ринку України негативно впливають політичні події в країні. Загальне погіршення економічної ситуації в країні призвело до того, що іноземні інвестори дуже насторожено розглядають перспективність розвитку свого бізнесу в Україні. Більше того, низка діючих банків і страхових компаній покинули країну. Багато компаній, фінансовий стан яких і досі був не дуже стійким, опинилися на межі банкрутства.

Крім того, нині, незважаючи на велику кількість страхових компаній, реально на страховому ринку України більшу частку страхових відшкодувань (99%) забезпечують 100 страховиків ризикового страхування й 15 компаній зі страхування життя. Інші страхові компанії перебувають у замороженому стані (сукупно на них доводиться менш 1% ринку) і навряд чи вони зможуть створити їм конкуренцію.

Розвиток страхового ринку гальмує низька платоспроможність споживачів страхових послуг; недосконале, застаріле законодавство, неефективні правила державного регулювання, низька конкуренція щодо якості страхових послуг; слабка обізнаність споживачів зі страховими послугами та інститутом страхування загалом; низький рівень капіталізації значної кількості страховиків; недостатній рівень захисту інтересів страхувальників з боку Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг; відсутність кваліфікованих спеціалістів; чисельна кількість випадків шахрайства з боку страхових компаній.

Для вирішення основних проблем у галузі страхування необхідно розробити стратегічні напрями подальшого розвитку страхування в Україні; посилити вимоги до платоспроможності страхових компаній (проводити оцінку ризиків і якості активів страховика); удосконалити державне регулювання страхування в частині фінансового моніторінгу; посилити роль і відповідальність актуаріїв; урегулювати порядок реєстрації агентів, що укладають договори з обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів; внести зміни щодо умов ліцензування, у т.ч. розширити підстави для тимчасового призупинення й анулювання ліцензій проблемних та неплатоспроможних страховиків.

Нині для розвинених країн характерна тенденція до відмови від обов'язкового державного страхування та зростання кількості видів обов'язково-договірного страхування. Обов'язкове страхування повинно застосовуватися у тих сферах, де воно забезпечує та стає важливою складовою частиною соціального захисту громадян, зменшує видатки на відшкодування збитків з державного та місцевих бюджетів, слугує підвищенню національної безпеки країни. Саме така тенденція спостерігається в останні роки і в Україні.

Ринок страхування може активно розвиватися за умови наявності нормативно-правової бази, розробленої на основі міжнародних стандартів. Це можливо за умови внесення змін до чинного законодавства. З метою забезпечення стабільного розвитку страхового ринку необхідно забезпечити адаптацію законодавства України у сфері страхування до законодавства Європейського Союзу.

З метою забезпечення збалансованого і системного підходу у напрямі ефективного розвитку небанківського фінансового сектору Верховною Радою України 12 вересня 2019 року був ухвалений Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг» (до цього – законопроект № 1069-2).

Ухвалений Закон передбачає так званий «спліт» – ліквідацію Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг та розподіл повноважень з регулювання фінансового ринку між Національним банком та Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Національний банк стане регулятором страхових, лізингових, фінансових компаній, кредитних спілок, ломбардів та бюро кредитних історій, а НКЦПФР регулюватиме недержавні пенсійні фонди та фонди фінансування будівництва.

Закон передбачає перехідний період (до 01.07.2020 р.), упродовж якого відбуватиметься передача функцій від Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг до НБУ та НКЦПФР. Упродовж цього часу Національний банк разом з Комісією вибудують необхідні процеси і структури для перейняття функцій і паралельно – разом із залученням широкого кола експертів та учасників небанківського фінансового сектору – працюватимуть над вдосконаленням законодавства і регуляцій.

Поступовий розвиток страхового ринку неможливий без чіткого законодавчого закріплення процедури банкрутства страхових компаній, особливостей різних договорів страхування, запрова-

дження інституту саморегулювання суб'єктів страхового ринку, а також без чіткого законодавчого закріплення функцій відповідних органів виконавчої влади, що здійснюють контрольні й регулюючі функції на страховому ринку.

Можна виділити основні тенденції, що спостерігаються на страховому ринку України:

1) Продовження глобалізації страхового ринку. Така тенденція спостерігаєтся на протязі останніх років. Нині ТОП-20 страховиків володіють 80% всього українського страхового ринку.

2) Відносно новим для українського страхового ринку є інвестиційне страхування (страхування з інвестиційним фондом). Під час інвестиційного страхування частина страхової премії спрямовується на покриття страхових ризиків, а основна частина за вибором клієнта інвестується у фінансові інструменти або інвестиційні фонди. Ця опція дає можливість клієнту вибрати найбільш відповідну стратегію і збільшити викупну суму. На відміну від класичного страхування життя, клієнт в кінці строку дії договору отримує не фіксовану суму, а ту суму, розмір якої залежить від результатів, які принесла вибрана стратегія інвестування. В Україні, за прогнозами фахівців, обсяги продажів продуктів інвестиційного страхування будуть стрімко зростати, і досить швидко досягнуть рівня 60% від загального обсягу продажів ринку страхування життя.

3) Розвиток добровільного медичного страхування (ДМС). Зростання ДМС забезпечене популяризацією програм медичного страхування серед населення та їх затребуваністю через зростання кількості захворювань. Реформа системи охороні здоров'я дозволила стати медичному страхуванню практично єдиним засобом отримувати якісну медичну допомогу. Компанії все частіше впроваджують соціальні пакети для залучення та утримання персоналу.

4) Поява нових страхових продуктів. Так, наприклад, нині перспективним є страхування кіберризиків. Втрати бізнесу від кібератак ростуть величезними темпами. Аналітики групи Allianz пророкують зростання втрат бізнесу від кібератак до 2 трильйонів у 2019 році. В останні роки цей інструмент набув поширення на міжнародному ринку. І зараз його пропонує понад 60 страхових компаній по всьому світу [3].

Багато компаній починають розуміти, що страхування кіберризиків у сукупності із власними технічними засобами захисту, більш надійне та дешеве, ніж спроби повнію захистити себе самостійно. Комплексне рішення страхування від кібер-загроз та кіберризиків дозволяє компенсувати можливі втрати від пошкодження, руйнування або викрадення корпоративних та клієнтських даних, а також подолати кризу в бізнес-діяльності, що може виникнути в результаті дії кіберризику.

5) В Україні відбувається зміна «великого» капіталу. На місце французького страховика АХА, який мав вагоме значення, але зараз покинув український страховий ринок, прийшов Канадський холдінг Fairfax. Це вже друга інвестиція канадського холдінгу в страхування в Україні. Нещодавно Fairfax вже придбав одного страховика – QBE. Таким чином, частка північноамериканського капіталу в страховому ринку України збільшилася майже до 10% [4].

Перспективним напрямом розвитку страхового ринку повинне бути впровадження у діяльність українських страховиків вимог щодо норм та правил платоспроможності. Так, з 8 листопада поточного року вступили в дію нові вимоги до якості активів страховиків, затверджені розпорядженням Нацкомфінпослуг від 8 серпня 2019 року.

Це положення розроблено на основі прийнятих у світовій практиці вимог щодо якості капіталу та активів страховиків і покликане підвищити надійність українського страхового ринку. Згідно з Положенням, у страхових компаній є запас у 2 роки для приведення нормативу платоспроможності та достатності капіталу страхових компаній у відповідність із новими вимогами.

Нові вимоги покликані зобов'язати компанії мати ресурс для ефективної діяльності й повного виконання своїх зобов'язань, як страхових, так і не страхових. Це сприятиме підвищенню надійністі та інвестиційної привабливісті страхового ринку.

Нині ще залишається відкритим питання вдосконалення методів формування страхових резервів. Страхові резерви – величина, яка визначає грошову оцінку зобов'язань страховика за договорами страхування (перестрахування), розрахована відповідно до вимог законодавства з метою забезпечення майбутніх страхових виплат залежно від видів страхування [5].

Необхідно надати страховій організації можливість використовувати найбільш прийнятні для її портфеля договорів страхування актуарні розрахунки, забезпечуючи при цьому достатній для страхових виплат обсяг активів.

Нині для того, щоб утриматись на страховому ринку, страховики повинні шукати унікальні рішення, використовувати нові підходи до клієнтів, впроваджувати онлайн-інновації. Найпростіший засіб для страхової компанії збільшити клієнтську базу – працювати через страхових брокерів. Однак при такому підході страхувальник платить більшу ціну за рахунок адміністрування й комісії брокера. Крім того, можуть виявлятися додаткові складнощі з урегулюванням, тому що брокери не завжди передають інформацію щодо клієнта в страхову компанію, що може призводити до незадоволеності обслуговуванням. Тому більш доцільним є пряме страхування без посередників, яке можна організувати із застосуванням сучасного інноваційного механізму – онлайн-страхування.

В Україні згідно з розпорядженням Нацкомфінпослуг № 3631 від 31.08.2017 р. розпочала роботу

система «електронний поліс». Запровадження електронного полісу не відміняє можливості укладання договорів страхування у паперовій формі. Право вибору форми договору ОСЦПВ залишається за споживачем страхових послуг.

Згідно з даними Моторного (транспортного) бюро станом на січень 2019 року в Україні укладено більше мільйона договорів ОСЦПВ. При цьому 7% від загальної кількості укладені в електронній формі. Лідером за кількістю укладених електронних договорів та за сумою зібраних страхових премій за такими договорами натепер є СК «ПЗУ Україна» (53581 договорів, понад 45 млн грн. страхових премій).

У межах системної цифровизації документообороту та бізнес-процесів МТСБУ впровадило систему «електронний європротокол», систему Green Card online, сервіс перевірки полісів ОСАГО. У 2020 році планується запуск електронного сервісу «Зелена картка».

Перехід в онлайн-режим продажів страхових полісів дає незаперечні переваги: за рахунок відсутності необхідності витрачатися на брокерів та регіональні відділення клієнтові можна запропонувати поліс на 17–20% дешевше. Ще одна незаперечна перевага прямого страхування (на відміну від роботи через страхових брокерів) у тому, що в онлайні всі рішення прозорі й автоматизовані.

Нині Лігою страхових організацій України (ЛСОУ) розроблено «Програму розвитку страхового ринку», крім того, учасниками Української федерації убезпечення (УФУ) підготовлена «Стратегія розвитку страхового ринку на 2012–2021 роки». Ці документи містять в собі перспективні напрямки розвитку страхового ринку. За твердженням фахівців, реалізація цих програм дозволить поліпшити якість страхового ринку та підвищити рівень його конкурентоспроможності, забезпечити формування потужного джерела внутрішніх довгострокових інвестицій для сталого інноваційного розвитку економіки України [6]. Але на сьогоднішній день їх впровадження гальмується відсутністю консолідованого рішення органами державної влади (Держфінпослуг України, Міністерством фінансів України, НБУ тощо), а також науковими і освітніми колами, світовими організаціями (ЄБРР, представництвом Світового Банку, та іншими).

Для успішного розвитку та покращення ситуації на українському ринку страхових послуг необхідна злагодженість та скоординованість роботи як держави, так і страхових компаній. При цьому держава має забезпечити ринок стабільною нормативною базою, необтяжливим державним наглядом, а з іншого боку, страхові компанії мають бути максимально сумлінними та чесними у процесі співпраці зі своїми клієнтами [7].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що забезпечення соціально-економічного розвитку, стабільно високих темпів економічного зростання країни безпосередньо пов’язане з розвитком страхового ринку. Але розвиток страхової діяльності в України гальмує низка проблем. На діяльність страхових компаній негативно впливає політична та економічна нестабільність в країні. Недостатній рівень капіталізації страховиків, несприятливі умови для впровадження нових страхових продуктів, відсутність надійних фінансових інструментів і державних гарантій проведення страхової діяльності, недосконалість податкового законодавства негативно впливають на страховий ринок України, і таким чином уповільнюють його розвиток.

Вирішення зазначених проблем не тільки дасть змогу підвищити ефективність функціонування та конкурентоспроможність страхових компаній, але й забезпечить підйом економіки загалом, прискорить інтеграцію у європейський та світовий страховий простір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Золотарьова О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні. Економіка і суспільство. 2017. № 11. С. 413–420.

2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html (дата звернення: 15.11.2019).

3. Кібер-страхування. MO Group. URL: https://www.mogroup.com.ua/?p=873 (дата звернення: 12.11.2019).

4. Что ждёт страховой рынок Украины в 2019 году? Основные тренды. Страховий адвокат. URL: https://www.insa.com.ua/blog/chto-zhdyot-strahovoj-rynok-ukrainy-v-2019-godu-osnovnye-trendy(датазвернення: 14.11.2019).

5. Про затвердження Положення про обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу та платоспроможності, ліквідності, прибутковості, якості активів та ризиковості операцій страховика: Розпорядження від 07.06.2018 р. № 850. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0782-18 (дата звернення: 15.11.2019).

6. Проект Стратегії розвитку страхового ринку України на 2012–2021 роки. URL: http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257 (дата звернення: 21.11.2019).

7. Пурій Г.М. Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку / Г.М. Пурій // Ефективна економіка. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf (дата звернення: 12.11.2019).

REFERENCES:

1. Zolotar'ova O. V. (2017) Klyuchovi tendentsiyi ta priorytety rozvytku rynku strakhovykh posluh v Ukrayini [Key trends and priorities for the development of the insurance market in Ukraine]. Economy and society, vol. 11, pp. 413–420. (in Ukrainian)

2. Informatsiya pro stan i rozvytok strakhovoho rynku Ukrayiny. [There is state information and insurance market of Ukraine development]. Available at: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html (accessed: 15 November 2019). (in Ukrainian)

3. MO Group. Cyber Insurance [MO Group. Kiber-insurance]. Available at: https://www.mogroup.com.ua/?p=873 (Accessed 12 November 2019). (in Ukrainian)

4. Chto zhdyot strahovoj rynok Ukrainy v 2019 godu? Osnovnye trendy. Strahovij advokat. [What awaits the insurance market of Ukraine in 2019? The main trends. Insurance lawyer]. Available at: https: //www.insa.com.ua/blog/chto-zhdyot-strahovoj-rynok-ukrainy-v-2019-godu-osnovnye-trendy (accessed: 14 November 2019). (in Ukrainian)

5. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro oboviazkovi kryterii i normatyvy dostatnosti kapitalu ta platospromozhnosti, likvidnosti, prybutkovosti, yakosti aktyviv ta ryzykovosti operatsii strakhovyka: Rozporiadzhennia (2018) [On approval of the Regulation on mandatory criteria and standards for capital adequacy and solvency, liquidity, profitability, asset quality and riskiness of operations of the insurer]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0782-18 (accessed 15 November 2019). (in Ukrainian)

6. Proekt Strategiyi rozvy`tku straxovogo ry`nku Ukrayiny` na 2012–2021 roky` [A project of Strategy of insurance market of Ukraine development is on 2012–2021]. Available at: http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257 (accessed 21 November 2019). (in Ukrainian)

7. Puriy H. M. (2018) Strakhovyy rynok Ukrayiny: suchasnyy stan ta problemy rozvytku [Insurance market of Ukraine: current state and problems of development]. Efektyvna ekonomika (electronic journal), no. 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf (accessed 12 November 2019). (in Ukrainian)

Miloshevich Nina
Senior Lecturer in the Department of Enterprise Economics
Odessa National Polytechnic University
Pashkova Angelina
Senior Lecturer in the Department of Enterprise Economics
Odessa National Polytechnic University

CURRENT REALITIES AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF INSURANCE COMPANIES IN UKRAINE

The purpose of the article. The purpose of the study is to analyze the current state of the Ukrainian insurance market, to study the negative factors that limit its development and to identify trends in the further development of insurance. Given the objective necessity of increasing involvement of the insurance system in the economy of Ukraine, the study of trends and mechanisms that allow the insurance to participate in the processes of effective development of the country, becomes especially relevant and important.

Results. The analysis of modern insurance market of Ukraine condition specifies in the presence of serious problems that restrain him further development. The activity of insurance companies is adversely affected by political and economic instability in the country. In recent years, the number of insurance companies in Ukraine has decreased. The trend change indicators characterizing the activities of insurance companies last year shows about of mines in the insurance market. While the number of existing insurance companies in the market declined, the capitalization of existing insurers increased. Structure of insurance premiums by type of insurance testifies to the development in Ukraine only of the classic types of insurance (auto insurance, life insurance and health insurance). Insurance premiums increase annually, but the insurance market is in deep crisis. Foreign companies are coming from Ukraine and the rest are surviving due to transport insurance and captive risks.

The following factors have a negative impact on the Ukrainian insurance market, and thus slow its development: insufficient level of capitalization of insurance companies, which leads to the revocation of licenses for the provision of insurance services; insufficient supply of quality insurance products; the rigidity of the regulator's policy on dishonest companies; unfavorable conditions for the introduction of new insurance products, lack of reliable financial instruments and state guarantees for conducting insurance activities, imperfection of tax legislation.

Studies have shown that to solve the main problems in the insurance industry it is necessary to: develop strategic directions for further development of insurance in Ukraine; strengthen the solvency requirements of insurance companies (to assess the risks and quality of the insurer's assets); improve the state regulation of insurance in the area of financial monitoring; strengthen the role and responsibility of actuaries; to regulate the procedure of registration of agents who conclude contracts on compulsory insurance of civil liability of vehicle owners; amend the licensing terms, including to expand the grounds for suspension and revocation of licenses of problematic and insolvent insurers.

The main trends observed in the insurance market of Ukraine can be distinguished:

1) Continued globalization of the insurance market. This trend has been observed in recent years. Today, TOP-20 insurers own 80% of the entire Ukrainian insurance market.

2) Relatively new to the Ukrainian insurance market is investment insurance (with investment background Home).

3) Emergence of new insurance products. Cyber risk insurance is one of the new promising insurance offers. A comprehensive cyber-security and cyber-risk insurance solution makes it possible to compensate for the potential loss from corrupt or stolen corporate and customer data, as well as to overcome the business crisis that may result from cyber-risk.

4) Implementation of new requirements for solvency rules and regulations in the activity of Ukrainian insurers, which will help to increase the reliability and investment attractiveness of the insurance market.

5) Implementation of direct insurance without intermediaries through the use of a modern innovative mechanism online insurance.

Practical values. As a result of the analysis of the Ukrainian insurance market, the main tendencies of its development were generalized and the directions of solving the main problems in the field of insurance were investigated.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

DIGITAL TECHNOLOGIES OF UKRAINIAN BANKS: THE STATE, PROBLEMS AND FUTURE TRENDS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE

УДК 336.717.111.7
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-57

Міщенко Л.О.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри державних,
місцевих та корпоративних фінансів
Університет митної справи та фінансів
Сіліна І.С.
студентка
Університет митної справи та фінансів
Колесник Д.С.
студентка
Університет митної справи та фінансів

З розвитком мережі Інтернет і цифрових технологій змінилися потреби споживачів, швидкість обробки інформації. Ця тенденція не була осторонь і від банківського сектору. Протягом останніх років у банківському секторі економіки з'являються віртуальні банківські продукти, які заміняють звичайний процес звернення клієнтів до відділень. Найбільшого поширення набула можливість сплати різних платежів через додатки соціальних мереж, що спонукало банки створити систему входу в інтернет-банкінг через акаунти в соціальних мережах. Тому для подальшого успішного функціонування інтернет-банкінгу необхідною є адаптація до сучасних вимог цифрової епохи.
У статті визначено основні тенденції розвитку інноваційних банківських продуктів у сфері обслуговування клієнтів, проблеми впровадження і перспективи розвитку цифрового банкінгу в Україні. Проаналізовано послуги інтернет-банкінгу найбільших банків України щодо надання банківських послуг.
Ключові слова: *банки, інтернет-банкінг, інноваційні технології, самообслуговування, банківські послуги.*

С развитием сети Интернет и цифровых технологий изменились потребности клиентов, скорость обработки информации. Данная тенденция не была в стороне и от банковского сектора. В течение последних лет в банковском секторе экономики появляются виртуальные банковские продукты, которые заменяют обычный процесс обращения клиентов в отделения. Наибольшее распространение приобрела возможность уплаты различных платежей через приложения социальных сетей, что побудило банки создать систему входа в интернет-банкинг через аккаунты в социальных сетях. Поэтому для дальнейшего успешного функционирования интернет-банкинга необходима адаптация к современным требованиям цифровой эпохи. В статье определены основные тенденции развития инновационных банковских продуктов в сфере обслуживания клиентов, проблемы внедрения и перспективы развития цифрового банкинга в Украине. Проанализированы услуги интернет-банкинга крупнейших банков Украины по предоставлению банковских услуг.
Ключевые слова: *банки, интернет-банкинг, инновационные технологии, самообслуживание, банковские услуги.*

The globalization of the financial space and the intensive development of communication and information technologies have led to the lifting of restrictions on the free movement of capital in the global economy, and this helps to strengthen competition in financial markets. With the development of the Internet and digital technologies, consumer needs and the speed of information processing have changed. This trend refers to the banking sector too. In recent years, virtual banking products have appeared in the banking sector of the economy, which replace the usual process of customers contacting branches. The need to ensure the stable development of the banking system requires a transition to new digital services and the use of innovative technologies for the provision of services. Recently, it has been possible to use intelligent algorithms and programs that can identify and effectively analyze consumer sentiment and customer wishes and facilitate the introduction of new banking products and services. The latest digital services contribute to a significant transformation of all financial technologies, and in the future will be even more diverse and complex. The relevance and need for the introduction of digital technologies in Ukrainian banks confirms the changing of global trends in banking regulation and the power of advanced analytics that determine innovation in the banking sector. The most widespread is the ability to pay various payments through social networking applications, which prompted banks to create a system for entering Internet banking through accounts on social networks. Therefore, for the further successful functioning of Internet banking, adaptation to the modern requirements of the digital age is necessary. It should be noted that, even though banks started using the Internet a long time ago, they are still tied to many offline procedures. The article identifies the main trends in the development of innovative banking products in the field of customer service, implementation problems and prospects for the development of digital banking in Ukraine. The Internet banking services of the largest banks in Ukraine in providing banking services are analyzed.
Key words: *banks, Internet banking, innovative technologies, self-service, banking services.*

Постановка проблеми. Стабільний розвиток банківської системи потребує застосування нових цифрових сервісів та інноваційних технологій щодо надання якісних банківських послуг. Значного поширення набувають сьогодні цифрові сервіси, такі як інтернет-банкінг, що сприяють трансформації всіх фінансових технологій. Крім того, зростає конкуренція між банківськими та небанківськими фінансовими установами, останні з яких пропонують клієнтам значно більшу кількість банківських послуг та на вигідніших умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток та проблеми впровадження і застосування інноваційних технологій, банківські інновації, практику застосування дистанційного обслуговування клієнтів банків досліджували у своїх працях вітчизняні науковці – М.С. Деменков, Х.О. Засадна, Я.М. Кривич, Т.А. Медвідь, В.І. Огієнко, Т.В. Шевчук та інші.

Проте швидкість розвитку банківських інновацій у сфері надання банківських послуг, проблеми, пов'язані з цими інноваціями, зумовлюють потребу подальшого дослідження цієї теми, зокрема функціонування дистанційних систем, їхніх особливостей та ін.

Постановка завдання. Сучасний розвиток комп'ютерних технологій впливає на всю діяльність банків – це можуть бути внутрішні інновації (нові банківські продукти, послуги тощо) та зовнішні інновації, які стосуються удосконалення та засто-

сування нових методів просування на ринок банківських продуктів. Метою роботи є дослідження й опис сучасних технологій банківського обслуговування, факторів впливу на їх використання і визначення перспектив розвитку технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні більшість банків спрямовують свою діяльність на якість обслуговування своїх клієнтів завдяки спрощенню надання банківських послуг, зокрема надання онлайн-послуг.

Цифровий банкінг – це діяльність банку щодо надання банківських послуг клієнтам за допомогою комп'ютерних технологій. До таких послуг можна віднести:

– управління рахунками (виписки, перекази з рахунку на рахунок, баланси);

– заощадження коштів (депозити, валютні операції);

– миттєві перекази та платежі на рахунки третіх осіб;

– консультаційні та інформаційні послуги;

– кредитні операції;

– ризик-менеджмент, тобто управління ризиками.

Цифровий банкінг передбачає безготівкові розрахунки, тобто платежі, здійснені без використання готівки, шляхом перерахування коштів з одного розрахункового рахунку на інший.

Удосконалення платіжної інфраструктури та збільшення популярності інноваційних способів оплати сприяє постійному розвитку безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток в Україні. Загальна кількість операцій (безготівкових та отримання готівки) із використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, за результатами першого півріччя 2019 року становила 2352 млн шт., а їхній обсяг – 1 667 млрд грн. Ці показники, якщо порівняти з першим півріччям 2018 року, зросли на 28% кожен. Водночас кількість безготівкових операцій становила 1918,1 млн шт., а їхній обсяг – 823,2 млрд грн. Тобто сьогодні безготівковими є вісім із десяти операцій з платіжними картками. Частка безготівкових розрахунків з початку цього року зросла на 4,3% і становила 49,4% (рис. 1). Розподіл безготівкових операцій із використанням платіжних карток за підсумками першого півріччя 2019 року свідчить, що найбільша кількість операцій припадає на розрахунки в торговельних мережах – 51% [6].

За обсягами безготівкових операцій домінують перекази з картки на картку – 40,5%. Загальна кількість платіжних карток в Україні станом на 01 липня 2019 року становила 63,2 млн шт. (з них понад 60% – це активні платіжні картки), що на 6% більше, якщо порівнювати з початком 2019 року. Зберігається тренд щодо поширення безконтактних платежів, зокрема за допомогою смартфонів та інших NFC-пристроїв. Їхня популярність зумовлена безпекою, швидкістю та зручністю таких операцій. Так, безготівкові операції за допомогою безконтактних та токенізованих карток (таких, що створені в результаті заміни реквізитів платіжних карток (у тому числі виключно з магнітною смугою) на унікальні цифрові ідентифікатори, які далі використовуються для здійснення операцій з використанням гаджетів з функцією NFC (зокрема, через платіжні сервіси Apple Pay, Google Pay, Garmin Pay та інші) разом становлять майже третину від загальної кількості (рис. 2) та обсягу безготівкових операцій з використанням платіжних терміналів (30% та 29% відповідно) [6].

При цьому продовжує зростати і кількість таких карток. З початку цього року кількість безконтактних платіжних карток збільшилася більш ніж на третину (на 36%) – до 5,3 млн шт., токенізовані платіжні картки зросли майже на чверть (на 24%) – до 1,4 млн шт. Тобто кожна сьома платіжна картка в Україні є безконтактною. Популярність безконтактних операцій позитивно впливає на розширення безконтактної платіжної інфраструктури. З початку 2019 року мережа безконтактних торго-

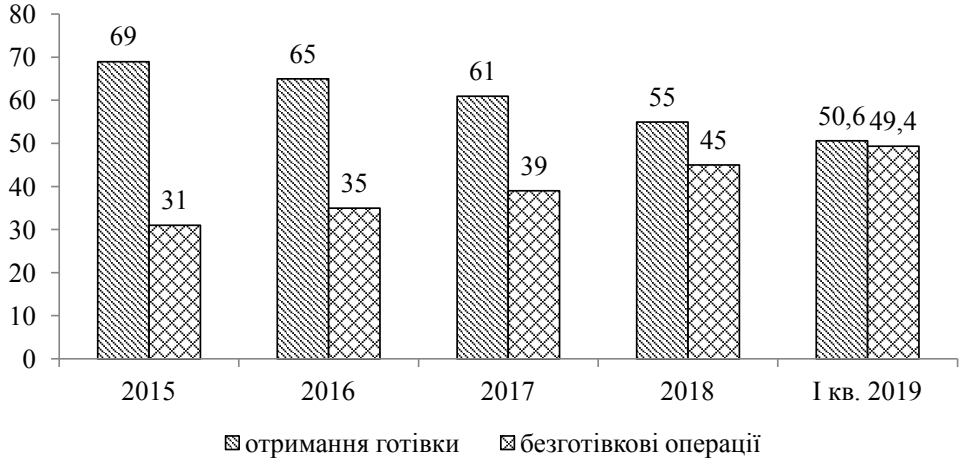


Рис. 1. Частка зростання безготівкових операцій за обсягом, %

Джерело: розроблено автором за даними [6]

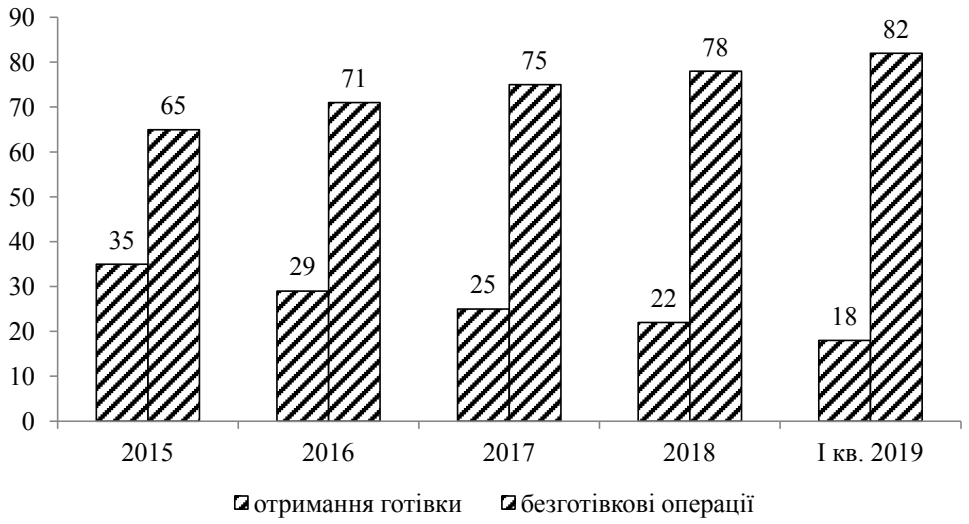


Рис. 2. Частка зростання безготівкових операцій за кількістю, %

Джерело: розроблено автором за даними [6]

вельних платіжних терміналів зросла на 18,7% – до 262,8 тис. од. Нині вже 86% торговельних POS-терміналів в Україні забезпечують можливість здійснення безконтактної оплати (станом на 1 січня 2019 року – 79,4%). Відношення загальної кількості платіжних терміналів (контактних та безконтактних) до чисельності постійного населення України станом на 1 липня 2019 року становило майже 8 тис. шт. на 1 млн населення [6].

Завдяки можливостям сучасних способів дистанційного доступу клієнта до банку сьогодні стали звичними поняття:

– direct banking – прямі банківські операції;

– phonebanking, telebanking – дистанційні операції телефоном;

– handyipocketbanking – операції за допомогою мобільного телефону;

– faxbanking – операції факсом;

– PC-banking – операції через персональний комп'ютер [7].

Сьогодні дистанційне банківське обслуговування в Україні надають більшість фінансових установ. Найбільш успішними і технологічними учасники ринку вважають інтернет-сервіси "ПриватБанку", Monobank, ПУМБ, "Ощадбанку", "Альфа Банку", "Укрсоцбанку", "Кредіт Агріколь Банку". Детальна інформація щодо сучасних інноваційних банківських технологій у вищезгаданих банках зображена в таблиці 1.

Однак розвитку і впровадженню нових технологій у сфері надання банківських послуг перешкоджає низка проблем, серед яких можна виділити такі:

– високий рівень недовіри клієнтів до інтернет-банкінгу та до банків загалом. Майже половина всіх клієнтів вважають відвідування відділення безпечнішим, ніж використання інтернет-банкінгу;

– не всі банківські операції можна виконати дистанційно за допомогою інтернет-банкінгу. В Україні на законодавчому рівні встановлена необхідність ідентифікувати клієнта у відділенні для відкриття рахунку. Для вирішення цього питання банки пропонують клієнтам відкривати депозитні рахунки, оформлювати кредити онлайн або використовують кур'єрські послуги для підписання клієнтом договору. Однак ця процедура все одно уповільнює процес.

Попри все вищесказане, можна стверджувати, що інтернет-банкінг продовжує активно розвиватися, і основним напрямом діяльності зараз є онлайн-ідентифікація для отримання різних банківських послуг.

Підтвердити особу клієнта стане можливим не тільки через Інтернет за допомогою цифрового підпису, а й за допомогою відеозв'язку у платіжних терміналах або банкоматах.

Варто зазначити, що можливість здійснювати банківські операції через Інтернет нині коштує для споживачів відносно недорого, а плата за підключення і абонплата для фізичних осіб відсутні. Проте якщо інтернет-банкінг безоплатний, це не означає, що банк на ньому не заробляє.

Основним джерелом доходу для банків стають комісії за міжбанківські перекази коштів. Як визнають банкіри, ключовим аргументом просування інтернет-банкінгу є те, що собівартість таких операцій набагато нижча, ніж операцій, що виконуються у відділеннях.

Висновки з проведеного дослідження. З проведеного дослідження можна дійти висновку, що за сучасних умов банкам необхідно орієнтуватися на використання цифрових технологій завдяки запровадженню та вдосконаленню вже наявних мобільних інтернет-сервісів.

Таблиця 1

Перелік послуг інтернет-банкінгу, що пропонують найбільші банки України

Назва банку	Показники	
ПриватБанк	– система онлайн-банкінгу в мобільному додатку та на ПК – термінали самообслуговування – банкомати – чат бот – служба підтримки – Googl Pay – Apple Pay	FacePay24, Поведінкова біометрія, Електронні білети, Замовлення товарів через мобільний додаток, карти для дітей, карта з індивідуальним дизайном, поповнення депозитів через QR-код, Консьєрж сервіс, Бонус+ від партнерів
Monobank		Розділення рахунку під час оплати з карти в ресторанах/кафе, Shake and Pay (спосіб оплати допомогою геолокації), карти без номерів, інтерактивній CVV, перший банк без відділень, кешбек реальними грошима, поповнення карти за допомогою книги контактів телефону Поповнення через QR-код , віртуальні картки у валюті
ПУМБ		Фестивальна карка, можливість страхування авто та туристичне страхування, інтернет-банкінг у Viber
Ощадбанк		Картка Киянина, миттєва карта лише за номером, Дитяча карта, Муніципальна карта, корпоративні картки, віртуальні картки
Альфа Банк		TravelCard, бронювання готелів, білетів, кешбек
Укрсоцбанк		
Кредіт Агріколь Банк		Випуск додаткової карти, консьєрж-сервіс, юридичні та медичні консультації, бронювання готелів
Райффайзен Банк Аваль		Валютні карти, карти для дітей, Garmin Pay

Джерело: розроблено автором за даними [1–5]

Дистанційне банківське обслуговування клієнтів вже не є новизною і перейшло з додаткових послуг в основні. Основними проблемами, що перешкоджають розвитку цієї сфери, є недовіра частини клієнтів до інтернет-банкінгу, страх шахрайства та недосконалість законодавства щодо проведення ідентифікації клієнтів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт ПриватБанку. URL: https://privatbank.ua/ru (дата звернення: 25.10.2019).

2. Офіційний сайт Монобанку. URL: https://www.monobank.com.ua/ (дата звернення: 26.10.2019).

3. Офіційний сайт ПУМП банк. URL: https://retail.pumb.ua/ (дата звернення: 20.10.2019).

4. Офіційний сайт ОщадБанк. URL: https://www.oschadbank.ua/ua (дата звернення: 22.10.2019).

5. Офіційний сайт КредиАгриколь. URL: https://credit-agricole.ua/ru (дата звернення: 25.10.2019).

6. Міщенко Д.А., Міщенко Л.О. Application of cluster analysis to determine the level of the budget potential of the Ukrainian regions. *Науковий вісник Полісся.* 2018. № 2. С. 179–185.

7. Третина безготівкових розрахунків платіжними картками у pos-терміналах відбувається безконтактно Офіційний сайт Національного банку України URL: https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno (дата звернення: 28.10.19).

8. Рисін В.В., Рисін М.В. Перспективи розвитку цифрового банкінгу на фінансовому ринку України. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine.* 2017. № 2. С. 123–127.

REFERENCES:

1. Oficijnyj sajt PryvatBanku. Available at: https://privatbank.ua/ru (accessed 25 October 2019).

2. Oficijnyj sajt Monobanku. Available at: https://www.monobank.com.ua/ (accessed 26 October 2019).

3. Oficijnyj sajt PUMP bank. Available at: https://retail.pumb.ua/ (accessed 20 October 2019).

4. Oficijnyj sajt OshhadBank. Available at: https://www.oschadbank.ua/ua (accessed 22 October 2019).

5. Oficijnyj sajt KredyAghrykolj. Available at: https://credit-agricole.ua/ru (accessed 25 October 2019).

6. Mishhenko D. A., Mishhenko L. O. (2018) Application of cluster analysis to determine the level of the budget potential of the Ukrainian regions. *Naukovyj visnyk Polissja*, no. 2, pp. 179–185.

7. Tretyna bezghotivkovykh rozrakhunkiv platizhnymy kartkamy u pos-terminalakh vidbuvajetjsja bezkontaktno Oficijnyj sajt Nacionaljnogho banku Ukrajiny Available at: https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno (accessed 28 October 2019).

8. Rysin V. V., Rysin M. V. (2017) Perspektyvy rozvytku cyfrovogho bankinghu na finansovomu rynku Ukrajiny [Prospects for digital banking development in the financial market of Ukraine]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, no. 2, pp. 123–127.

Mishchenko Lyudmila
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of State, Local and Corporate Finance
University of Customs and Finance
Silina Iryna
Student
University of Customs and Finance
Kolesnik Daria
Student
University of Customs and Finance

DIGITAL TECHNOLOGIES OF UKRAINIAN BANKS: THE STATE, PROBLEMS AND FUTURE TRENDS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE

The purpose of the article. Recent trends in the development of the banking sector in the world illustrate the gradual transition from a product-oriented approach to organizing banking activities in a customer-oriented one. At the same time, emphasis was placed on maximally meeting the needs of the client and expanding the range of services provided to him. The rapid development of IT technologies, the development and widespread use of mobile programs did not bypass the banking sector, in a short time highlighting the need for digitalization of banking operations.

The purposes of this article are: 1) to consider issues related to the digitalization of banking in Ukraine; 2) to research directions and justify the need to intensify the introduction of digitalization in domestic banking practice, taking into account the particular needs of consumers of banking services, it will allow banking institutions to acquire avant-garde features.

Methodology. The article explores innovative practices of banking efficiency – application program interfaces, artificial intelligence models – which are introduced with intensive expansion beyond the scope of traditional products, services and channels. Under these conditions, the boundaries between traditional products and accelerated convergence of technologies are blurring.

Results. The development trends of modern banking services technologies are determined. The technologies based on the use of information and communication technologies: Internet banking, mobile banking, SMS banking, telephone banking, ATMs and self-service terminals are considered. The external and internal factors affecting the implementation of these technologies by banking institutions and the use of these technologies by bank customers are analyzed. The necessity of introducing modern customer service technologies by banks and the positive consequences of their application is substantiated. It is determined that the development of these technologies will occur in the direction of ensuring constant and easy customer access to banking services; providing enhanced security measures; adaptation of banking services to customer needs and their personalization; integration with other financial institutions.

Practical implications. The development of the Internet and digital technologies have changed the communication policies of companies, consumer priorities, and the speed of information processing. These trends did not bypass the banking sector. In particular, over the past decades, virtual banks have appeared on the market that does not use classic branches. Payment of various payments through messengers of social networks is becoming more and more common, which, of course, will force banks to provide for the possibility of entering the online banking and mobile service systems through accounts on social networks. However, such a development in the future may lead to the disappearance of online banking applications and the transformation of banks into a simple transaction channel for the movement of financial resources. In this situation, banks that want to operate successfully in the future need to adapt their activities to the requirements of the modern digital era. The introduction of scientific achievements and inventions in the organization of banking services ensures the continuous improvement of banking products and the applied new consumer service technologies. That is why the study of problems associated with the innovative activities of domestic banks has not lost its relevance over the past years.

Value / originality. Digitalization covers all aspects of the bank's activities, including both internal innovations that are directly used within the bank (regarding new types of banking products, services, new working methods), and external ones aimed at improving or applying new methods of selling banking products, using digital marketing , new forms of investment by banks, digitalization of the activities of other business entities. The objects of digitalization of banking are: innovative programs and projects; new knowledge and intelligent products; modern new technological equipment and processes; innovative products and services; innovative mechanisms of market formation of modern banking products and services.

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ, ДОХОДІВ І ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

THEORETICAL BASIS OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF EXPENSES, INCOME AND FINANCIAL RESULTS

УДК 657:658.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-58

Атамас П.Й.
к.е.н., професор,
професор кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування
Університет імені Альфреда Нобеля
Пецюх Я.В.
студент
Університет імені Альфреда Нобеля

Стаття присвячена визначенню особливостей ведення обліку витрат, доходів і фінансових результатів в управлінському обліку, зокрема досліджено економічну сутність понять «витрати», «доходи» й «фінансові результати»; зазначено, що бухгалтерський облік є складною інформаційною системою, в якій важливою складовою є управлінський облік, результати якого використовуються задля оптимізації діяльності підприємства. Процес оптимізації розглядається як пошук найефективніших методів управління підприємством, під час використання яких суб'єкт господарювання отримує максимальний ефект за мінімальних витрат. Задля цього запропоновано концептуальну модель управління витратами, доходами та фінансовими результатами на підприємстві, окреслено основні принципи, на які слід спиратися під час створення концептуальної моделі системи управління, а саме принципи корисності, цілісності й повноти, ефективності, стійкості, адаптації. Підкреслено необхідність і доцільність роздільного визначення, відображення в обліку та аналізі прибутку, отриманого від окремих видів діяльності, а саме основної операційної, фінансової, інвестиційної та іншої звичайної, надзвичайних подій.

Ключові слова: *управління підприємством, управлінський облік, доходи, витрати, фінансові результати.*

Статья посвящена определению особенностей ведения учета затрат, доходов и финансовых результатов в управленческом учете, в частности исследована экономическая сущность понятий «затраты», «доходы» и «финансовые результаты»; указано, что бухгалтерский учет является сложной информационной системой, в которой важной составной частью является управленческий учет, результаты которого используются в целях оптимизации деятельности предприятия. Процесс оптимизации рассматривается как поиск наиболее эффективных методов управления предприятием, при использовании которых субъект хозяйствования получает максимальный эффект при минимальных затратах. С этой целью предложена концептуальная модель управления затратами, доходами и финансовыми результатами на предприятии, обозначены основные принципы, на которые следует опираться при создании концептуальной модели системы управления, а именно принципы полезности, целостности и полноты, эффективности, устойчивости, адаптации. Подчеркнуты необходимость и целесообразность раздельного определения, отражения в учете и анализе прибыли, полученной от отдельных видов деятельности, а именно основной операционной, финансовой, инвестиционной и другой обычной, чрезвычайных событий.

Ключевые слова: *управление предприятием, управленческий учет, доходы, затраты, финансовые результаты.*

The article is devoted to defining peculiarities of perception, reflection and interpretation of expenses, income and financial results in management accounting: the economic essence of the concepts of expenses, income and financial results, their interpretation by different authors and normative documents are investigated, author's formulation of this indicator is given. It is noted that accounting is a complex information system, in which accounting is an important component, the results of which are used to optimize the activity of the enterprise. The optimization process is considered to be the search for the most effective business management methods that will maximize the impact of the entity with minimal cost. To this end, a conceptual model of managing costs, revenues and financial results at the enterprise is proposed, outlining the basic principles that should be based on the creation of a conceptual model of the management system: utility (expediency), integrity and completeness (organic unity of individual components and their fullness), efficiency (cost recovery), sustainability (as a response to internal and external stimuli) and adaptation (the ability to adapt to constantly changing conditions). The content, practical purpose and ways of applying each of these principles are discussed in detail. Due attention has been given to defining the management argument and its tools: software, organizational components, mathematical models, etc. The importance of making a profit both for the individual enterprise and for the state as a whole, its role as the main source of financing for extended reproduction of resources, production and social development of the enterprise and its staff is pointed out. The necessity and expediency of separate definitions, recording in accounting and analysis of the profit received from separate types of activity are emphasized: basic operating, financial, investment and other ordinary and extraordinary events. Unfortunately, the latter indicator has been removed from the existing regulations. The article provides the author's clarification of the formulation of individual economic indicators, proposes a conceptual model of cost management, income and financial results at the enterprise, proposes to improve the organization of management accounting by their detail by type of activity.

Key words: *enterprise management, management accounting, income, expenses, financial results.*

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки головною метою підприємства є отримання позитивного фінансового результату. З огляду на ефективну діяльність підприємства головними завданнями бухгалтерського обліку є правильне обчислення фінансового результату та надання аналітичної оперативної інформації про рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства й операції про розподіл та використання прибутку. Отримання прибутку від фінансово-господарської діяльності є першочерговою метою діяльності підприємства будь-якої органі-

заційно-правової форми. Цей аспект дає змогу виділяти аналіз фінансових результатів як одну з найважливіших частин аналізу фінансового стану підприємства. Управлінський облік є системою формування певної інформації та її використання всередині підприємства, що дає змогу застосовувати його для вирішення вищевказаних аналітичних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження теоретичної сутності та формування фінансових результатів методичної основи ведення обліку присвячено праці таких учених, як Ф.Ф. Бутинець, Ю.А. Василенко, Г.Л. Вознюк, В.П. Завгородній, А.Г. Загородній, С.В. Мочерний, В.М. Опарін, Н.В. Пошерстник, М.С. Пушкар, В.В. Сопко, Н.М. Ткаченко, Л.М. Худолій, М.С. Чебанова. Пошуку шляхів удосконалення обліку фінансового результату діяльності підприємств присвячені наукові роботи В.В. Бабіча, М.Д. Білик, Х.Л. Дюкаревої, О.М. Єремян, В.І. Кузь, О.І. Олійничук, А.М. Поддєрьогіна, Л.А. Поливана, І.П. Склярук, Т.І. Тесленко, А.А. Хуторян, О.В. Цвєтнової, Д.А. Янок.

Постановка завдання. Разом із численними отриманими теоретичними та практичними розробками щодо ведення обліку витрат, доходів та фінансових результатів на підприємствах недостатньо висвітленими залишаються питання їх ведення в управлінському обліку. Метою статті є визначення особливостей витрат, доходів і фінансового результату підприємства в управлінському обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи питання визначення витрат, доходів і фінансових результатів, не можемо не торкнутися питань визначення сутності цих понять.

Фінансові результати є універсальною економічною категорією ефективності, яка є ключовим об'єктом наукових досліджень у галузі економічної теорії. Категорія «фінансові результати» враховує обидві аспекти двоєдиного завдання: скільки одержано, якою ціною досягнуто.

На підтвердження цього розглянемо розуміння поняття «фінансовий результат» вченими-економістами. Так, С.В. Мочерний під фінансовим результатом розуміє «грошову форму підсумків господарської діяльності організації або її підрозділів, виражену в прибутках або збитках» [1].

А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк і Г.О. Партин визначають фінансовий результат щодо власного капіталу, а саме як приріст або зменшення [2].

Враховуючи результати досліджень різних авторів, вважаємо, що під фінансовими результатами слід розуміти результат діяльності підприємства за певний період, який виражається у формі прибутку або збитку та розраховується як різниця між доходами й витратами підприємства за цей же період.

Для розуміння того, як формується фінансовий результат на підприємстві, слід розглянути такі категорії, як витрати й доходи підприємства.

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» під витратами розуміють зменшення економічних вигід у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що приводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [3].

Питання обліку доходів в Україні регулюють такі нормативні документи, як П(С)БО 15 «Доходи» та МСБО 18 «Дохід» (рис. 1) [4; 5].

Отже, фінансовий результат формується в ході зіставлення доходів і витрат за звітний період. Перевищення доходів над витратами означає приріст активів підприємства, який виражається у збільшенні власного капіталу підприємства за рахунок нерозподіленого прибутку, а перевищення витрат над доходами – збиток.

Облік є складною інформаційною системою, в якій важливою складовою є управлінський облік, що використовується задля оптимізації діяльності підприємства. Процес оптимізації діяльності підприємства – це пошук найефективніших методів управління підприємством, під час використання яких суб'єкт господарювання отримував би максимальний ефект за мінімальних витрат.

Задля побудови повноцінної системи управління підприємством слід окреслити базові прин-

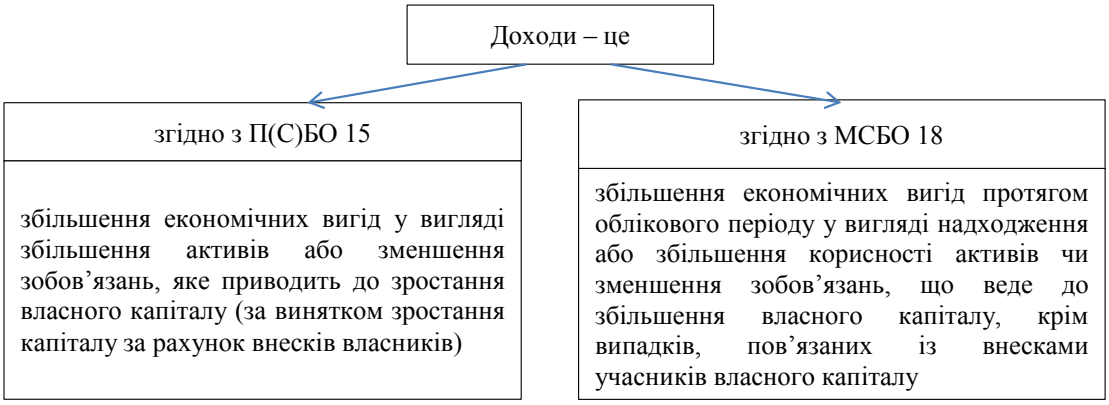


Рис. 1. Визначення доходу в нормативних документах

ципи побудови та функціонування системи управління загалом. Основними принципами під час створення концептуальної моделі системи управління на підприємстві є принципи корисності, цілісності й повноти, ефективності, стійкості, адаптації.

Принцип корисності є одним з основних у розробленні системи управління та слугує основою для розроблення критеріїв і параметрів системи.

Принцип цілісності й повноти означає, що однією з важливих властивостей системи є її цілісність. Водночас система має виконувати певні дії задля досягнення зовнішніх і внутрішніх цілей. Використання цього принципу передбачає, з одного боку, встановлення граничних елементів і зв'язків об'єкта, що аналізується, а з іншого боку, синтез системи, який задовольняє цей принцип.

Принцип ефективності передбачає досягнення запланованого результату в певному часовому інтервалі за встановленим мінімумом допустимих витрат.

Принцип стійкості означає, що система повинна мати таку властивість, як стабільність, тобто підприємство, використовуючи цей принцип, має адекватно реагувати на коливання, які відбуваються як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Ці впливи мають випадковий характер та іноді виводять систему зі стану рівноваги. Використання принципу стабільності полягає у встановленні відповідних параметрів стійкості та способів реакції системи на вплив, визначенні ефективності та швидкості реакції на проблемні та кризові ситуації, а також розробленні рекомендацій з покращення стійкості системи.

Принцип адаптації (як доповнення до принципу стійкості) розглядається як реалізація можливостей системи цілеспрямовано пристосовуватись до умов, які постійно змінюються, проводити ефективні й адекватні зміни в системі управління витратами [6].

Враховуючи ці принципи, можемо запропонувати концептуальну модель управління витратами, доходами та фінансовим результатом (рис. 2).

В ході використання цієї моделі будується цільова функція, яка описує залежність величин витрат, доходів та фінансових результатів від різних факторів. Цільова функція – це речова або цілочислова функція декількох змінних, яка має бути оптимізована шляхом мінімізації чи максимізації задля розв'язання некоректної оптимізаційної задачі. Об'єктом управління можуть виступати замовлення (продукт); центр фінансової відповідальності; процес (функція); вид діяльності; місце виникнення витрат; ланцюг створення цінності.

Алгоритм управління – це послідовність перетворень, правил, які передбачають порядок збирання, оброблення, передачі та поширення інформації про процеси, які відбуваються в об'єкті управління, прийняття рішень (розроблення управлінських рішень) задля досягнення бажаних результатів функціонування об'єкта управління [7].

Інструментами управління є програмне забезпечення, організаційні складові, математичні моделі та інші складові.

На вхід об'єкта управління надходять вхідні параметри, наприклад планові витрати на проведення технологічної операції. Відповідно, в ролі об'єкта управління виступає процес (операція чи функція). В ході функціонування об'єкта під впливом різних факторів (зокрема, зовнішніх) на виході об'єкта утворюються вихідні параметри, які можуть відрізнятися від початкових (наприклад, фактична собівартість). За невідповідності характеристик вихідних даних вони потребують додаткового аналізу, результатом якого є алгоритм управління об'єктом.

На базі прийнятого алгоритму управління підбираються найбільш ефективні інструменти управління. За допомогою інструментів управління відображається керуючий вплив на об'єкт, в ході якого визначається цільова функція.

При цьому одним із важливих показників фінансового результату є отриманий прибуток або збиток. Механізм формування, розподілу й вико-

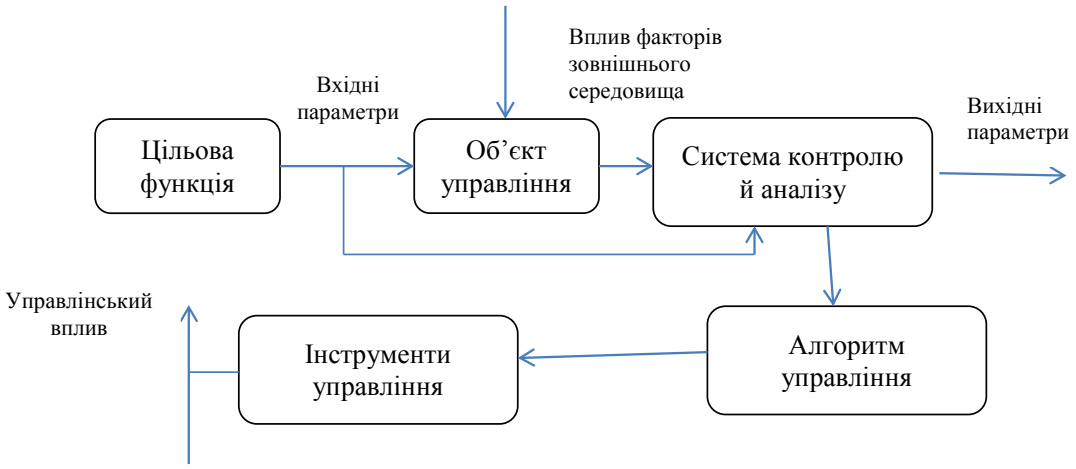


Рис. 2. Модель системи управління

ристання прибутку належить до таких суб'єктів господарювання, як держава, власники підприємства, персонал, партнери та різні кредитори. Відповідно, в цьому розрізі прибуток є найбільш важливим показником діяльності підприємства. З позиції самого підприємства значення прибутку полягає в тому, що, будучи кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства, цей показник є основним джерелом фінансування розширеного відтворення ресурсів, його виробничого й соціального розвитку.

Задля ефективного управління прибутком та одержання повної та достовірної інформації про отриманий прибуток доцільно виділяти такі основні групи фінансових результатів:

– фінансові результати від основної діяльності;

– фінансові результати від фінансових операцій;

– фінансові результати від іншої звичайної діяльності;

– фінансові результати від надзвичайних подій (цей показник, на жаль, вилучений з чинних нормативних документів).

Деталізація фінансових результатів може дати змогу отримувати управлінську інформацію в розрізі отриманих фінансових результатів (прибутків чи збитків), в розрізі видів діяльності, продукції тощо.

На закінчення необхідно відзначити, що нові умови господарювання вимагають від підприємств швидких і правильних рішень, які стосуються завдань розвитку й підвищення внутрішньої ефективності бізнесу. Такими рішеннями можуть стати:

– оптимізація ключових систем діяльності (управління, мотивація, рівень закупівель, продажу тощо);

– оптимізація бізнес-процесів, відмова від процесів, які не формують додаткову цінність для покупця;

– зниження витрат за рахунок заміщення імпортних комплектуючих і матеріалів;

– мінімізація посередників на всіх етапах виробництва й збуту;

– заміна неефективних команд та окремих співробітників.

Кожне таке рішення, спрямоване на розвиток і перетворення бізнесу, має розглядатися як невеликий інвестиційний проєкт, заснований на прийнятті обґрунтованих управлінських рішень.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, прийняття управлінських рішень у процесі господарської діяльності прямо чи опосередковано впливає на рівень витрат і прибуток підприємства. Процес оптимізації діяльності підприємства – це пошук найефективніших методів управління підприємством, під час використання яких суб'єкт господарювання отримував би максимальний ефект за мінімальних витрат. Під час прийняття управлінських рішень система обліку витрат та управління витратами дає можливість визначити пряму залежність прибутку підприємства від рівня витрат за умов пошуку резервів їх зниження та визначення основних напрямів конкурентного розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мочерний С.В. Політична економія : навчальний посібник. Київ : Знання-Прес, 2002. 687 с.

2. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Партин Г.О. Облік і аудит: термінологічний словник. *Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. Серія «Економічні науки»*. 2002. № 4/2013360. С. 36–48.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73 / Верховна Рада України. URL: http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx (дата звернення: 14.10.2019).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 / Верховна Рада України. URL: https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 (дата звернення: 14.10.2019).

5. МСФО 18 Дохід», редакція від 1 січня 2012 р. / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/929_025 (дата звернення: 14.10.2019).

6. Давидович І.Є. Управління витратами : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 320 с.

7. Турило А.М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. Управління витратами підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 120 с.

REFERENCES:

1. Mocherniy S. V. (2002) *Politychna ekonomiya* [Political Economy]. Kyiv : Knowledge-Press.

2. Zagorodniy A. G., Voznyuk G. L., Partin G. A. (2002) *Oblik i audyt: terminolohichnyy slovnyk* [Accounting and Auditing: Glossary]. Molodizhnyy naukovyy visnyk UABS NBU [UABS Youth Scientific Bulletin of NBU: Sir "Economic Sciences"].

3. Natsional'ne polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 1 "Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti" : zatv. Nakazom Minist-va Financov Ukraini № 73 vid 7.02.2013. *Verhovna Rada Ukraini*. Available at: http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx (accessed: 17 October 2019).

4. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 15 "Dokhody", zatv. Nakazom Minist-va Financov Ukraini № 290 29.11.1999. *Verhovna Rada Ukraini*. Available at: https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 (accessed: 17 October 2019).

5. IFRS 18 "Revenue". *Verhovna Rada Ukraini*. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/929_025 (accessed: 17 October 2019).

6. Davidovich I. E. (2008) *Upravlinnya vytratamy : navchal'nyy posibnyk* [Cost management]. Kyiv: Center for Educational Literature.

7. Turilo A. M., Kravchuk Y. B., Turilo A. A. (2006) *Upravlinnya vytratamy pidpryyemstva* [Enterprise Cost Management]. Kyiv: Center for Educational Literature.

Atamas Petro
Candidate of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of International Finance, Accounting and Taxation
Alfred Nobel University
Petsiukh Yana
Student
Alfred Nobel University

THEORETICAL BASIS OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF EXPENSES, INCOME AND FINANCIAL RESULTS

The purpose of the article. The question of correctly determining the financial results of the enterprise, their distribution, and use remains relevant to all commercial enterprises as subjects of economic activity. In turn, the determination of financial results is organically related to the correct determination of the costs incurred (by individual types) and the revenue generated. It is management accounting that is intended to solve the issue of providing prompt information about the expenses incurred and the results obtained, to the management of the company in order to prepare and make sound management decisions, which became the motivation for the preparation of this publication.

Methodology. When performing the research and writing the article general scientific methods of economic research were used: analysis and comparison of scientific publications and normative documents, study and critical analysis of the practice of management accounting at the enterprise, prediction, and development of internal regulatory documents, assessment of the possible consequences of the implementation of the developed recommendations.

Results. The article explores the economic essence of the concepts of expenses, income and financial results, their interpretation by different authors and regulatory documents. It is noted that accounting is a complex information system, in which an important component is management accounting, the results of which are used to optimize the activity of the enterprise. The optimization process is considered to be the search for the most effective business management methods that will maximize the impact of the entity with minimal cost. To this end, a conceptual model of managing costs, revenues and financial results at the enterprise is proposed, outlining the basic principles that should be based on the creation of a conceptual model of the management system: utility (expediency), integrity and completeness (organic unity of individual components and their fullness), efficiency (cost recovery), sustainability (as a response to internal and external stimuli) and adaptation (the ability to adapt to constantly changing conditions). The content, practical purpose and ways of applying each of these principles are discussed in detail. The necessity and expediency of separate definitions, recording in accounting and analysis of the profit received from separate types of activity are emphasized: basic operating, financial, investment and other ordinary and extraordinary events. Unfortunately, the latter indicator has been removed from the existing regulations.

Practical implications. The article provides the author's clarification of the formulation of individual economic indicators, proposes a conceptual model of cost management, income and financial results at the enterprise, proposes to improve the organization of management accounting by their detail by type of activity. The following recommendations can be useful for practical use in manufacturing enterprises of all forms of ownership.

Value/originality. The use of the results of the study and the recommendations provided in the practical activities of commercial enterprises will help to improve the operational management of expenses, revenues, and financial results and, on this basis, will help to strengthen the financial condition of an enterprise.

ФОРЕНЗІК ЯК МЕТОД РОЗСЛІДУВАННЯ ВНУТРІШНЬОКОРПОРАТИВНИХ ВИПАДКІВ ШАХРАЙСТВА

FORENSIC AS A METHOD OF INVESTIGATION OF INTERNAL CORPORATE CASES OF FRAUD

УДК 657.6
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-59

Дубініна М.В.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку і оподаткування
Миколаївський національний
аграрний університет
Сирцева С.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Миколаївський національний
аграрний університет
Янковська Т.Ю.
студентка
Миколаївський національний
аграрний університет

У статті розглянуто новий для української облікової теорії термін «форензік». Його роль, значення та впровадження обумовлено збільшенням випадків шахрайства, для регулювання і запобігання яких він призначений. У результаті аналізу та систематизації наукових публікацій представлено авторське визначення цього поняття. Визначено головну мету проведення форензік, а саме виявлення фактів шахрайства, фінансових зловживань, а також інших злочинних дій з боку управлінського персоналу, працівників, третіх осіб; виявлення ризиків зловживань та розроблення системи заходів щодо їх усунення. Виділено основні характеристики, що відрізняють форензік від аудиту. Представлено концептуальну модель форензік як методу розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства. Визначено, що для вітчизняних компаній форензік не може бути використаний повністю, оскільки недостатньо передумов для його поширення. Окреслено перспективи розвитку та використання в українських компаніях форензік як сучасного методу проведення фінансових розслідувань корпоративних шахрайств.
Ключові слова: *форензік, економічні злочини, шахрайство, аудит, форензік-спеціалісти.*

В статье рассмотрен новый для украинской учетной теории термин «форензик». Его роль, значение и внедрение обусловлены увеличением случаев мошенничества, для регулирования и предотвращения которых он предназначен. В результате анализа и систематизации научных публикаций представлено авторское определение этого понятия. Определена главная цель форенестического расследования, а именно выявление фактов мошенничества, финансовых злоупотреблений, а также других преступных действий со стороны управленческого персонала, работников, третьих лиц; выявление рисков злоупотреблений и разработка системы мер по их устранению. Выделены основные характеристики, отличающие форензик от аудита. Представлена концептуальная модель форензик как метода расследования внутрикорпоративных случаев мошенничества. Обосновано, что для отечественных компаний форензик не может быть использован полностью, поскольку недостаточно предпосылок для его распространения. Обозначены перспективы развития и провидения в украинских компаниях форензик как современного метода проведения финансовых расследований корпоративных мошенничеств.
Ключевые слова: *форензик, экономические расследования, мошенничество, аудит, форензик-специалисты.*

The article deals with the new concept "forensic" for Ukrainian accounting theory. Its role, importance and implementation are due to the increase in fraud cases, for which regulation and prevention is intended forensic. As a result of the analysis and systematization of scientific publications, the author's definition of this concept is presented. The concept "forensic" should mean: independent activity to identify, analyze, regulate financial, commercial, legal or other issues and develop procedures aimed at combating all types of corporate fraud; financial, legal, commercial business analysis services aimed at identifying and reducing the risks of fraud, illegal activities and unethical conduct in the field of economic activity, conflict resolution; a type of control, with its own special methods, which generalizes and combines accounting, auditing, analysis, forensics, court services, profiling. The main purpose of conducting forensics is the process of detecting fraud, financial abuse, and other criminal acts by management, employees, third parties, as well as identifying the risks of abuse and developing a system of measures to eliminate them. The main features that distinguish forensics from auditing are highlighted. It is found that the main difference between auditing and forensics is that the audit activity is regulated at the legislative level, but the requirements for mandatory forensics are not defined by law. Unlike auditing, forensic specialists use additional methods to investigate and detect fraud. Areas of additional knowledge necessary for a specialist to work in the field of forensics are: sociology, psychology, criminal law, business law, law enforcement, business and finance, information systems. The conceptual model of forensics as a method of investigation of intra-corporate fraud cases is presented. It has been determined that forensic companies cannot be used to the full, because there are not enough prerequisites for its distribution. Prospects for the development and use in Ukrainian companies of forensics as a modern method of conducting financial investigations of intra-corporate fraud cases are outlined.
Key words: *forensic, economic investigations, fraud, audit, forensic-specialists.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання економічна безпека компанії відіграє ключову роль в успішному функціонуванні бізнесу. Сьогодні більшість керівників і власників проводить активну діяльність в цьому напрямі, оскільки корупція, розкрадання, шахрайство, неправомірні дії співробітників погіршують фінансовий стан компаній.

Крім того, в процесі ведення бізнесу доводиться постійно оцінювати ризики, враховувати можливі суперечки у фінансових, комерційних, правових та інших питаннях між бізнес-партнерами, здійснювати оцінювання бізнесу [1]. У зв'язку з цим виникає необхідність залучення форензік-спеціалістів та застосування форензік як ефективного виду контролю, що дає змогу значно знизити ризики вчинення фінансових та економічних злочинів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Допущені помилки та шахрайство, виявлені під час проведення форензік, – це питання, яке широко висвітлюється у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Д. Долбнєва, А. Семенець, Г. Соломіна, Г. Стівенс, В. Суйц, Д. Крамблей, А. Хорин. Проте, незважаючи на безліч наукових публікацій, у яких досліджуються питання форензік-розслідування, сьогодні залишаються від-

критими питання розкриття сутності та поняття форензік як методу розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розгляді сутності поняття «форензік», встановленні та визначенні ролі форензік як методу розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними щорічного дослідження "Reports of the Nations 2018", підготовленого профільною організацією Association of Certified Fraud Examiners (ACFE), найбільш поширеними механізмами корпоративного шахрайства у світі є привласнення активів (misappropriation of the assets), підробка фінансової звітності (financial distortion) та корупція (bribery) [2].

В Україні, згідно з результатами Всесвітнього дослідження економічних злочинів та шахрайства у 2018 році, 48% вітчизняних компаній постраждали від економічних злочинів та шахрайства. Найпоширенішими видами шахрайства в Україні є хабарництво та корупція (73%), незаконне привласнення майна (46%), шахрайство у сфері закупівель товарів і послуг (33%), шахрайство у сфері управління персоналом (33%) та кіберзлочини (31%) [3].

Крім того, у вітчизняних компаніях спостерігається значне збільшення випадків шахрайства, скоєних співробітниками (з 28% у 2016 році до 56% у 2018 році), серед яких частка шахрайства, скоєного вищим керівництвом, також суттєво зросла (з 27% у 2016 році до 55% у 2018 році). Більш того, протягом останніх двох років шахрайство, скоєне співробітниками організації, майже в два рази більше, ніж шахрайство, скоєне третіми особами [3].

Основними способами виявлення шахрайства в Україні є внутрішній аудит і неофіційні внутрішні джерела. Останні у світі також є найбільш поширеним способом виявлення зазначених порушень, але, на відміну від України, для їх використання вибудовується ефективний і безпечний канал отримання інформації «гаряча лінія» (телефонна або у вигляді онлайн-форми). В Україні ж його використовують тільки 9% компаній і приблизно стільки ж сприймають як ефективний канал [3].

Щодо зовнішніх форм контролю (зовнішній аудит, залучення зовнішніх консультантів для проведення незалежних розслідувань), то вони явно недооцінюються. Досвід залучення зовнішніх консультантів для незалежних розслідувань мають лише 10% українських компаній. Однак, як показує практика, саме незалежний, незаангажований погляд зовнішнього фахівця на систему контролю й бізнес-процесів дає змогу створити якісну систему превентивних заходів протидії шахрайським діям і загалом підвищити ефективність бізнес-процесів компанії [4].

Для боротьби з цим явищем західні компанії використовують дієвий вид контролю, а саме форензік. Залучення спеціалістів у галузі форензік допомагає власникам бізнесу отримувати детальний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії (corporate intelligence), виявляти шахрайства, оцінювати збитки від них, а також розуміти прийнятний механізм відшкодування шкоди та повернення активів [2].

Як і більшість юридичних термінів, поняття «форензік» прийшло з Древнього Риму. Латинське поняття "forensic" використовувалось для позначення публічних дискусій та укладення угод на велелюдних торгових площах.

Сьогодні під терміном «форензік» зазвичай розуміється діяльність, спрямована на виявлення та врегулювання спірних ситуацій з фінансових, правових та інших питань, а також економічне розслідування дій співробітників та організацій, що суперечать законодавчим актам та іншим принципам [5].

Проте в сучасній економічній літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «форензік». У табл. 1 представлено результати узагальнення підходів до визначення цього поняття за найпоширенішими методами.

Аналіз визначень, представлених у табл. 1, дав змогу дійти висновку про те, що з огляду на всі розглянуті підходи під поняттям «форензік» слід розуміти:

– незалежну діяльність з виявлення, аналізу, врегулювання фінансових, комерційних, правових або інших питань та розроблення процедур, спрямованих на протидію всім видам внутрішньокорпоративного шахрайства;

– послугу щодо аналізу фінансових, правових, комерційних питань з ведення бізнесу, спрямовану на виявлення та зменшення ризиків виникнення шахрайства, незаконних дій та неетичної поведінки у сфері господарської діяльності, врегулювання конфліктів;

– вид контролю з властивими йому особливими методами, що узагальнює й поєднує в собі бухгалтерський облік, аудит, аналіз, криміналістику, судові послуги, профайлінг, метою якого є процес виявлення фактів шахрайства, фінансових зловживань, а також інших злочинних дій з боку управлінського персоналу, працівників, третіх осіб, а також виявлення ризиків зловживань та розроблення системи заходів щодо їх усунення.

Форензік може бути відкритим (коли працівникам відомо про його проведення) або таємним (коли на підприємство під виглядом нового співробітника приходить проводити розслідування форензік-аудитор) [14].

Форензік має низку характеристик, які відрізняють його від інших видів контролю, таких як аудит (табл. 2).

Таблиця 1

Сучасні підходи до визначення поняття «форензік»

Підхід	Автор, джерело	Визначення
Як послуга	Г. Ойедокун [6]	Форензік – це сукупність незалежних ініціативних послуг, що надаються власникам або раді директорів компаніями різних організаційно-правових форм, а саме аудиторськими, консалтинговими та іншими спеціалізованими компаніями.
	С. Чернявський, О. Користін, В. Некрасов [7]	Форензік є послугою з виявлення та зменшення ризиків виникнення шахрайства, незаконних дій та неетичної поведінки у сфері господарської діяльності.
	В. Суйц, А. Хорин, Е. Козельцева [8]	Форензік – це сукупність незалежних ініціативних послуг, що надаються аудиторськими, консалтинговими та іншими спеціалізованими компаніями для власників, акціонерів, ради директорів компаній.
Як незалежне розслідування	М. Доан, Д. Маккі [9]	Форензік розглядається як детальний аналіз і вивчення фінансово-господарської діяльності організації, спрямовані на виявлення неправомірних дій працівників або третіх осіб, пов'язаних з посяганням на фінансові ресурси організації.
	Г. Стівенсон, Д. Крамблей [10]	Форензік – це діяльність, спрямована на виявлення, аналіз і врегулювання ситуацій за наявності між сторонами розбіжностей з питань, що містять значні економічні ризики.
Як комплекс наук різних сфер (бухгалтерського обліку, судових експертиз, психології)	А. Еноф, П. Омагбон, Ф. Ехігатор [11]	Форензік – це діяльність, яка узагальнює й поєднує бухгалтерський облік, аудит, криміналістику, судові послуги та фінансові навички для виявлення та скорочення випадків шахрайства, а також запобігання ним.
	А. Рехман, Ф. Хашім [12]	Форензік – це багатопрофільна галузь, яка розглядає й оскаржує цивільні, кримінальні, економічні та фінансові претензії (ділові або особисті), ґрунтуючись на теоріях, методах і процедурах різних сфер (права, аудиту, бухгалтерського обліку, фінансів, економіки, психології, соціології та кримінології).
Як процес	А. Семенець [13]	Форензік – це процес вивчення звітності та господарських операцій компанії задля розроблення заходів з реагування на шахрайство, управління ним та запобігання його на підставі експертного судження про наявність фактів (порушення співробітниками та керівництвом компанії чинного законодавства; фальсифікація бухгалтерської та податкової звітності; випадки розкрадання або неналежного використання активів; корупція та зловживання повноваженнями; ризик шахрайства).

Джерело: побудовано за даними [6–13]

Таблиця 2

Порівняльна характеристика критеріїв аудиту та форензік

Критерій порівняння	Аудит	Форензік
Мета	Висловлення незалежної думки аудитора про відповідність показників фінансової звітності організації в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам.	Виявлення фактів шахрайства, фінансових зловживань, інших злочинних дій з боку управлінського персоналу, працівників, третіх осіб, а також виявлення ризиків зловживань та розроблення системи заходів щодо їх усунення.
Суб'єкти	Аудитори, аудиторські фірми.	Аудиторські, консалтингові та юридичні фірми, внутрішні аудитори.
Об'єкти	Фінансова звітність.	Усі внутрішні процеси, діяльність, фінансові результати.
Наявність вимог щодо обов'язкового проведення у встановлених законодавством випадках	Так.	Ні.
Виявлення фактів шахрайства	Факт шахрайства може бути виявлений в процесі проведення.	Цілеспрямоване вивчення діяльності компанії задля виявлення фактів шахрайства.
Звітність	Аудиторський звіт та інші офіційні документи.	Перелік можливої звітної документації: – звіт про проведення аналітичних процедур; – звіт про встановлені факти шахрайства з доказами; – перелік недоліків внутрішнього контролю процесів і результатів; – можливі сценарії та схеми шахрайства; – рекомендації щодо системи управління ризиками.

Джерело: сформовано авторами

Рис. 1. Концептуальна модель форензік як методу розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства

Джерело: побудовано авторами

Основною відмінністю аудиту від форензік є те, що аудиторська діяльність регулюється на законодавчому рівні, а вимог щодо обов'язкового проведення форензік законодавством не встановлено. Проте компаніям необхідно замислитись про необхідність залучення форензік-спеціалістів, якщо є підозри, що у компанії відбуваються фінансові махінації; знизився рівень прибутку; власник не бере безпосередньої участі в оперативному управлінні компанією; відсутній контроль за економічною безпекою; не ведеться управлінський облік; невідомо, як реагувати в разі виявлення шахрайства; виявлено ознаки шахрайства з боку контрагентів; планується впровадження програми боротьби з шахрайством.

На відміну від аудиту, форензік-спеціалісти під час розслідування та виявлення проявів шахрайства використовують додаткові методи, зокрема опитування персоналу компанії та третіх осіб, перегляд комп'ютерних файлів і всієї документації (офіційної та неофіційної), яка зберігається на підприємстві. Також для розслідування можуть вивчатися дані з відкритих джерел, а саме публікації в засобах масової інформації, різноманітні сайти з «чорними списками» підприємств, бази контрагентів [14].

Алгоритм проведення форензік-процедур різний і залежить від мети його проведення, галузі, специфіки діяльності досліджуваної компанії. Загалом концептуальну модель форензік як методу розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства представлено на рис. 1.

Проте для вітчизняних підприємств форензік ще не може бути використаний повністю, оскільки в Україні недостатньо передумов для його поширення, тому, підтримуючи позицію Д. Долбнєвої, вважаємо, що бухгалтерській спільноті, представникам бізнесу та влади необхідно об'єднати свої зусилля, можливості й знання для створення умов поширення практики форензік на підприємствах задля запобігання корпоративному шахрайству та збереження коштів і ділової репутації суб'єкта господарювання [16].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у зв'язку зі збільшенням випадків шахрайства, а також складністю економічних злочинів форензік є ефективним видом контролю, метою якого є виявлення фактів шахрайства, фінансових зловживань, а також інших злочинних дій розслідувань. Крім фінансових розслідувань, що складають основу форензік, ця послуга включає пошук активів, виявлення ознак навмисного банкрутства, моніторинг підозрілих операцій, захист інтелектуальної власності, запровадження системи корпоративного комплаєнсу.

В реаліях ведення бізнесу в Україні вчасне проведення комплексних форензік-розслідувань дасть змогу українським компаніям гарантувати мінімізацію значних фінансових втрат і захистити власну ділову репутацію.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Форензік – ефективний інструмент юридичного супроводу бізнесу. *Закон і бізнес*. URL: https://zib.com.ua/ua/136987-forenzik__efektivniy_instrument_yuridichnogo_suprovodu_bizne.html (дата звернення: 24.12.2019).
2. Линник І. Юрбізнес на хвилі "forensic". *Юридична газета*. 2018. № 18(620). URL: http://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/yurbiznes-na-hvili-forensic.html (дата звернення: 24.12.2019).
3. Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайства 2018 року: результати опитування українських організацій. Виведення шахрайства з тіні. URL: https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc–gecs-2018-ukr.pdf (дата звернення: 24.12.2019).
4. Ковбель А. Про шахрайство в українських компаніях. *НВ журнал*. 2017. № 30. URL: https://nv.ua/ukr/biz/experts/pro-shahraystvo-v-ukrajinskih-kompaniyah-1717029.html (дата звернення: 24.12.2019).
5. МЭБ-групп: мониторинг экономической безопасности. URL: http://www.mebgroup.ru/forenzik-kontrol (дата звернення: 24.12.2019).
6. Oyedokun G. Forensic Investigation and Forensic Audit Methodology in a Computerized Work Environment. URL: https://www.researchgate.net/publication/315433931_Forensic_Investigation_and_Forensic_Audit_Methodology_in_a_Computerized_Work_Environment (дата звернення: 24.12.2019).
7. Чернявський С., Користін О., Некрасов В. Фінансові розслідування у сфері протидії легалізації злочинних доходів в Україні : методичні рекомендації. Київ : Українська академія внутрішніх справ, 2017. 164 с.
8. Суйц В., Хорин А., Козельцева Е. Услуга форензик: профессиональное обучение и регулирование в зарубежных странах. *Аудит и финансовый анализ*. 2015. № 2. С. 74–83.
9. Doan M., McKie D. Financial investigations: Auditing research accounts of communication in business, investor relations, and public relations (1994–2016). *Public Relations Review*. 2017. Vol. 43. Issue 2. P. 306–313.
10. Stevenson G., Crumbley D. Defining a Forensic Audit. *Journal of Digital Forensics, Security and Law*. 2009. Vol. 4. № 1. P. 61–80.
11. Enofe A., Omagbon P., Ehigiator F. Forensic Audit and Corporate Fraud. *IIARD International Journal of Economics and Business Management*. 2015. Vol. 1. No. 8. P. 55–64.
12. Rehman A., Hashim F. Forensic Accounting on Corporate Governance Maturity mediated by Internal Audit: A Conceptual Overview. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 2018. T. 46. P. 161–168.
13. Семенець А. Форензік аудит як ефективний засіб антикризового управління торговельною діяльністю. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 4. С. 280–287. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-280-287
14. Шевчук Ю. Форензік: як вчасно виявити шахрайство в бізнесі. *FEMIDA.UA: Юридичний журнал*. 2018. № 3(13). С. 33–36.
15. Соломіна Г. Форензік – інструмент фінансового розслідування діяльності підприємства. *Науко-*

вий вісник Мукачівського державного університету. 2018. № 2. С. 144–149.

16. Долбнєва Д. Шляхи трансформації системи боротьби з економічними злочинами в Україні з урахуванням досвіду країн Європейського Союзу. *Science Rise*. 2019. № 2–3 (55–56). С. 21–27. https://doi.org/10.15587/2313-8416.2019.163108

REFERENCES:

1. Forenzik – efektyvnyj instrument jurydychnogho suprovodu biznesu [Forensic – an effective tool for legal support of business]. *Zakon i biznes*. Available at: https://zib.com.ua/ua/136987-forenzik__efektivniy_instrument_yuridichnogo_suprovodu_bizne.html (accessed 24 December 2019).

2. Lynnyk I. (2018) Jurbiznes na khvyli "forensic" [Legal Business on the Forensic Wave]. *Jurydychna ghazeta*. № 18(620). Available at: http://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/yurbiznes-na-hvili-forensic.html (accessed 24 December 2019).

3. Vsesvitnje doslidzhennja ekonomichnykh zlochyniv ta shakhrajstva 2018 roku: rezuljtaty opytuvannja ukrajinsjkykh orghanizacij. Vyvedennja shakhrajstva z tini [World Economic Crime and Fraud Survey 2018: Survey Results of Ukrainian Organizations. Fraud removal]. Available at: https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-gecs-2018-ukr.pdf (accessed 24 December 2019).

4. Kovbelj A. (2017) Pro shakhrajstvo v ukrajinsjkykh kompanijakh [About fraud in Ukrainian companies]. *NV zhurnal*, vol. 30. Available at: https://nv.ua/ukr/biz/experts/pro-shahraystvo-v-ukrajinskih-kompaniyah-1717029.html (accessed 24 December 2019).

5. MEB-grupp: monitoring ekonomicheskoy bezopasnosti [MES groups: monitoring economic security]. Available at: http://www.mebgroup.ru/forenzik-kontrol (accessed 24 December 2019).

6. Oyedokun G. Forensic Investigation and Forensic Audit Methodology in a Computerized Work Environment. Available at: https://www.researchgate.net/publication/315433931_Forensic_Investigation_and_Forensic_Audit_Methodology_in_a_Computerized_Work_Environment (accessed 24 December 2019).

7. Chernjavsjkyj S., Korystin O., Nekrasov V. (2017) Finansovi rozsliduvannja u sferi protydiji leghalizaciji zlochynnykh dokhodiv v Ukrajini [Financial investigations in the field of combating the legalization of criminal incomes in Ukraine]. Kiev: Ukr. akademija vnutr. sprav. (in Ukrainian)

8. Suyts V., Khorin A., Kozel'tseva E. (2015) Usluga forenzik: professional'noe obuchenie i regulirovanie v zarubezhnykh stranakh [Forensic service: professional training and regulation in foreign countries]. *Audit i finansovyy analiz*, no. 2, pp. 74–83.

9. Doan M., McKie D. Financial investigations: Auditing research accounts of communication in business, investor relations, and public relations (1994–2016). Public Relations Review. 2017. Vol. 43. Issue 2. P. 306–313.

10. Stevenson G., Crumbley D. Defining a Forensic Audit. Journal of Digital Forensics, Security and Law. 2009. Vol. 4. № 1. P. 61–80.

11. Enofe A., Omagbon P. and Ehigiator F. Forensic Audit and Corporate Fraud. IIARD International Journal of Economics and Business Management. 2015. Vol. 1. № 8. P. 55–64.

12. Rehman A., Hashim F. Forensic Accounting on Corporate Governance Maturity mediated by Internal Audit: A Conceptual Overview. Advances in Economics, Business and Management Research. 2018. T. 46. P. 161–168.

13. Semenets A. (2019) Forenzik audyt jak efektyvnyj zasib antykryzovogho upravlinnja torghoveljnoju dijaljnistju [Forensic Audit as an Efficient Means of Crisis Management of Trading Activities]. *Byznes-Inform*, no. 4, pp. 280–287. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-280-287

14. Shevchuk J. (2018) Forenzik: jak vchasno vyjavyty shakhrajstvo v biznesi [Forensic: how to detect fraud in business on time]. *FEMIDA.UA: Jurydychnyj zhurnal*, no. 3(13), p. 33–36.

15. Solomina A. (2018) Forenzik – instrument finansovogho rozsliduvannja dijaljnosti pidpryjemstva [Forensic is an enterprise activity financial investigation tool]. *Naukovyj visnyk Mukachivsjkogho derzhavnogho universytetu*, vol. 2, p. 144–149.

16. Dolbnjeva D. (2019) Shljakhy transformaciji systemy borotjby z ekonomichnymy zlochynamy v Ukrajini z urakhuvannjam dosvidu krajin Jevropejsjkogho Sojuzu [Ways of transformation of the system of combating economic crimes in Ukraine with regard to the experience of the European union countries]. *Science Rise*. 2019, no. 2–3 (55–56), p. 21–27. https://doi.org/10.15587/2313-8416.2019.163108

Dubinina Maryna
Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Accounting and Taxation
Mykolayiv National Agrarian University
Syrtseva Svitlana
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Taxation
Mykolayiv National Agrarian University
Yankovska Tetiana
Student
Mykolayiv National Agrarian University

FORENSIC AS A METHOD OF INVESTIGATION OF INTERNAL CORPORATE CASES OF FRAUD

The purpose of the article. To consider the essence of the concept of “forensics“, to establish and define the role of forensics as a method of investigation of intra-corporate fraud cases.

Methodology. General scientific and special methods of cognition are the methodological basis of the study. The content of the concept “forensic” is specified using theoretical generalization methods; the comparison of audit and forensic accounting using comparison method is carried out.

Results. The study found that the most common types of fraud faced by Ukrainian companies are asset theft, unreasonable and inappropriate spending. The most common ways to detect fraud in Ukraine are internal audit and informal internal sources. Only 10% of Ukrainian companies have experience in attracting external consultants to independent investigations. However, as practice shows, the very independent, unbiased view of the external specialist on the control system and business processes allows creating a high-quality system of preventive mechanisms for counteracting fraudulent actions and in general, improving the efficiency of business processes of the company. It is substantiated that forensic is one of the effective instruments of an independent economic investigation. As a result of the analysis and systematization of scientific publications, the definition of the concept “forensic” is presented, which should be understood:

– independent activity to identify, analyze, regulate financial, commercial, legal or other issues and develop procedures aimed at combating all types of corporate fraud;

– financial, legal, commercial business analysis service aimed at identifying and reducing risks of fraud, illegal activities and unethical conduct in the field of economic activity, conflict resolution;

– a type of control, with its own special methods, which generalizes and combines accounting, auditing, analysis, forensics, court services, profile the purpose of which is the process of revealing the facts of fraud, financial abuse, as well as other criminal acts by management staff, employees , third parties, and identifying the risks of abuse and developing a system of remedial action.

The main purpose of the forensic investigation was determined – identify fraud, financial abuse, and other criminal activity by management, employees, third parties, and identify the risks of abuse and develop a system of measures to address them.

For all the similarity of the forensics to the audit, however, there are clearly distinctive features that are addressed in article.

It is inserted that the procedure of conducting forensic procedures is different and depends on the purpose of its conducting, industry, specific activity of the investigated company.

Considering that the main purpose of forensics is to detect frauds, the authors have developed a conceptual scheme of forensics as a method of investigating intra-corporate fraud cases.

Practical implications. Thus, due to the increase in fraud cases as well as the complexity of economic crimes, forensics is an effective form of control aimed at detecting fraud, financial abuse and other criminal investigative activities. In addition to the financial investigations that form the basis of forensics, this service includes: search of assets, detection of signs of deliberate bankruptcy, monitoring of suspicious transactions, protection of intellectual property, and introduction of a system of corporate compliance.

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ З РОЗРАХУНКІВ ОПЛАТИ ПРАЦІ
FEATURES OF THE AUDIT OF CALCULATIONS LABOR PAYMENT

УДК 657.6
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-60

Духновська Л.М.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет
харчових технологій
Войцеховська К.В.
магістр
Національний університет
харчових технологій

Облік розрахунків з оплати праці є трудомісткою ділянкою бухгалтерського обліку. Аудит ділянки розрахунків з оплати праці підприємства спрямований на те, щоб щоб виявити усі порушення та помилки, допущені в бухгалтерських документах. У статті розкриваються завдання аудитора під час перевірки; мета перевірки розрахунків з оплати праці; перелік ділянок, що підлягають перевірці; етапи проведення аудиту; дотримання законодавства елементів бухгалтерського обліку; перевірка нарахувань та утримань податків і зборів із заробітної плати; перелік можливих типових порушень з обліку розрахунків з оплати праці. Описано вплив таких порушень на звітність та методи перевірки; перелік можливих подій, у зв'язку з якими можуть виникати типові порушення. Описано можливі порушення під час оформлення розрахунково-платіжних відомостей підприємства; перелік показників, які виявляють ефективність підбору персоналу на підприємстві за сферами; основні напрями аудиту ефективності управління персоналом, напрями проведення аудиту за показниками тощо.

Ключові слова: *аудит, оплата праці, заробітна плата, типові порушення, перевірка, аналіз.*

Учет расчетов по оплате труда является трудоемким участком бухгалтерского учета. Аудит участка расчетов по оплате труда предприятия направлен на то, чтобы выявить все нарушения, и ошибки, допущенные в бухгалтерских документах. В статье раскрываются задачи аудитора при проверке; цель проверки расчетов по оплате труда; перечень участков, подлежащих проверке; этапы проведения аудита, соблюдение законодательства элементов бухгалтерского учета; проверка начислений и удержаний налогов и сборов с заработной платы; перечень возможных типовых нарушений по учету расчетов по оплате труда. Описано влияние таких нарушений на отчетность и методы проверки; перечень возможных событий, в связи с которыми могут возникать типичные нарушения. Описаны возможные нарушения при оформлении расчетно-платежных ведомостей предприятия; перечень показателей, которые проявляют эффективность подбора персонала на предприятии по сферам; основные направления аудита эффективности управления персоналом, направления проведения аудита по показателям и т. д.

Ключевые слова: *аудит, оплата труда, заработная плата, типичные нарушения, проверка, анализ.*

Payroll calculations occupy an important place in the enterprise. Wages are a tool to encourage employees to improve their ability to work and encourage them to do their jobs better. The level of wages depends on the level of income of employees. The audit of payroll calculations contains a large amount of information that requires verification and a high qualification of the auditor. The main task of the auditor is to check the validity, correctness of calculations, compliance with laws. Payroll deductions, ie taxes and fees, must be checked and reflected in the accounts and financial statements. The audit section of the payroll of the enterprise is designed to detect all irregularities and mistakes made in accounting documents. elements of accounting, checking of accruals and withholding of taxes and fees on wages, a list of possible typical violations in accounting of payroll calculations, descriptions the impact of such violations on the reporting and audit methods, a list of possible events in connection with which there may be typical violations, describes possible violations in the design of payment and enterprise information, a list of indicators that show the effectiveness of staffing at the enterprise by industry, the main areas audit of the effectiveness of personnel management, areas of performance audit, etc. The main sources of audit evidence in the audit of payroll calculations are summarized. Typical violations that can be detected during the audit of wage payments are identified. The results of the audit are based on the definition of criteria criteria, the data are grouped and systematized, the final calculations are made and recommendations are made to eliminate inaccuracies. It is noted which consequences have such violations for those who committed them. The article has conducted research designed to assist with internal and external audits. Payroll calculations should take a list of measures in the field of payroll calculations aimed at reducing possible errors and violations of intentional and unintentional. Issues related to the occurrence of unintentional violations can be solved by improving information technology in accounting. Intentional misconduct, you can improve the system of internal control and audit at enterprises.

Key words: *audit, remuneration, wages, typical violations, verification, analysis.*

Постановка проблеми. Розрахунки з оплати праці займають важливе місце в діяльності підприємства. Заробітна плата є інструментом стимулювання працівників підвищувати свою працездатність і заохочує їх більш якісно виконувати свою роботу. Від рівня заробітної плати залежить рівень доходу працівників. Ця ділянка обліку стає місцем різних порушень, які бувають ненавмисними і навмисними. Такі порушення не лише можуть занижувати рівень оплати праці підприємства, але й впливати на всю його діяльність загалом. Загалом аудит розрахунків з оплати праці покликаний виявляти вище такі порушення. Процес перевірки потребує значної уваги аудитора, оскільки передбачає оброблення значної кількості первинної інформації та розбір багатьох господарських операцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато науковців приділяють увагу аудиту в розрізі розрахунків з оплати праці. Вітчизняні науковці В.М. Вареник, О.Б. Жогова, І.В. Маринченко, О.Г. Рябчук, Л.А. Сахно, О.В. Кондратюк у своїх працях досліджують особливості проведення аудиту розрахунків з оплати праці. Наведено його мету, завдання та значення для підприємства. Виділено типові порушення, які можуть бути виявлені під час проведення аудиту розрахунків з оплати праці. Зазначено, які наслідки мають такі порушення для тих, хто їх скоїв. Запропоновано рекомендації щодо усунення порушень, які можуть бути виявлені під час аудиту розрахунків з оплати праці [5]. Л.А. Сахно проаналізувала значення заробітної плати на підприємстві, необхідність проведення аудиту розрахунків з оплати праці на підприємстві [6].

Постановка завдання. Метою статті є виявлення та виокремлення проблем аудиту, що пов'язані з розрахунками з оплати праці в умовах сучасної економіки в Україні та пошук шляхів вирішення цих проблем; обґрунтування теоретико-методичних та практичних питань з аудиту оплати праці. Основним результатом проведення аудиту оплати праці є висновок аудитора (незалежний та об'єктивний), що відображає реальність сум заборгованості та фінансовий стан суб'єкта господарської діяльності на дату проведення перевірки. Основним під час проведення аудиту оплати праці є перевірка дотримання чинного законодавства та нормативно-правових актів під час нарахування оплати праці, утримання із заробітної плати і правильність ведення бухгалтерського обліку з оплати праці.

Виклад основного матеріалу. Аудит розрахунків з оплати праці містить у собі великий обсяг інформації, що потребує перевірки та високої кваліфікації перевіряючого. Основним завданням аудитора є перевірка належності, коректності розрахунків, дотримання законів. Обов'язково перевіряються відрахування із заробітної плати, тобто податки та збори, та їх відображення на рахунках обліку і в бухгалтерській фінансовій звітності.

Метою перевірки розрахунків з оплати праці є дослідження та перевірка методики ведення обліку операцій, правомірності використання таких методів та відповідності законодавству, що суттєво може вплинути на достовірність фінансової звітності та незалежного аудиторського висновку про правильність ведення обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві.

Під час перевірки перед аудитором постають такі завдання:

– перевірка підтвердження дотримання положень законодавства, що регламентує операції та розрахунки із праці;

– перевірка відповідності законодавству первинної документації з обліку оплати праці, послуг, виготовленої продукції, товарів, робіт, послуг;

– складання судження про системи розрахунку з робітниками в компанії;

– перевірка операцій, пов'язаних з фондом оплати праці, нарахування заробітної плати та інші виплати;

– перевірка належності оформлення виплат премій;

– перевірка посадових окладів згідно зі штатним розкладом;

– перевірка індексації окладів працівників в умовах інфляції;

– перевірка допомоги при тимчасовій непрацездатності;

– перевірка правильності нарахування щорічних відпусток та компенсацій за її невикористання;

– перевірка правильності термінів виплат персоналу, що встановлені під час розрахунку зарплати;

– перевірка розмірів утримань податків і обов'язкових платежів із зарплати працівника;

– перевірка правильного нарахування та розрахунку податків і платежів, що підприємство сплачує;

– перевірка правильності віднесення зарплати до собівартості виготовленої продукції;

– визначення стану аналітичного та синтетичного обліку зарплати;

– перевірка повного відображення операцій бухгалтерському обліку, що були здійснені;

– перевірка дійсності та правильності відображення сум у фінансовій звітності та розрахунків операцій, пов'язаних з оплатою праці;

– перевірка стану внутрішнього контролю трудових відносин на підприємстві.

Проведення аудиторської перевірки на підприємстві складається з декількох основних етапів (рис. 1), що формують собою певну послідовність перевірки розрахунків з оплати праці.

Згідно з рисунком 1 є три основних етапи проведення аудиту оплати праці:

1. Попередня оцінка проведення аудиту – етап, на якому проводять аналіз документації попередньої перевірки та аналізують знайдені порушення та їх виправлення.

2. Розроблення документів для аудиту персоналу. Здійснення систематичного та послідовного аудиту; вибір аудиторських процедур і способів здійснення перевірок.

3. Докази, що отримані за час аудиторських перевірок, – етап, під час якого створюється інформаційна база, обробляються отримані аудиторські докази. Під час цього етапу аудитор проводить розрахунки, та формує рекомендації для підприємства.

Розрахунки повинні перевірятися на дотримання трудового законодавства України, а саме:

Рис. 1. Етапи проведення перевірок

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

– форми документації, що ведуться на підприємстві, пов'язані з оплатою праці;

– види оплати праці;

– порядок прийому працівників на роботу (тимчасову та постійну);

– звільнення працівників, тощо.

Перевірка розрахунків з нарахувань та утримань із зарплати податків та зборів (військовий збір, ПДФО, ЄСВ) проводиться за допомогою процедур:

– правильність розрахунку середньої зарплати;

– перевірка повноти нарахування;

– перерахунок нарахованої та виплаченої заробітної плати;

– перевірка своєчасної виплати зарплати;

– перевірка розміру виплат згідно з мінімальною зарплатою.

Проведена перевірка розрахованих сум із виплати заробітної плати фіксується в робочих документах аудитора. Аудитор розробляє класифікатор виявлених порушень або найбільш проблемних ділянок згідно з чинним законодавством та розробляє рекомендації, які спрямовані на покращення стану оплати праці та відносин, пов'язаних із працівниками для покращення політики управління. Найпоширеніші помилки відображено в таблиці 1.

В таблиці 1 міститься інформація про типові порушення в області розрахунків з оплати праці, їх вплив на фінансову звітність та способи діагностики таких порушень.

Порушення, пов'язані з виплатами працівникам, виникають у зв’язку з:

– неправильним визначенням обсягів виконаних робіт;

– неправильним застосуванням норм виробітку, розцінок, тарифних ставок, посадових окладів;

– у документах містяться особи, що не браали участі у виконанні конкретних робіт;

– у документах містяться особи, що не передбачені штатним розкладом підприємства.

Під час перевірки правильності нарахування зарплати аудитор може знайти такі типові порушення, як неправильне відображення дати прийому на роботу чи звільнення, завищення окладу або розряду, а також внесення у робочі дні звітного періоду, що мали рахуватися як допомога з тимчасової непрацездатності [1].

В аудиті особлива увага приділяється належності оформлення розрахунково-платіжних відомостей підприємства, в яких можуть міститися такі порушення, як:

– внесення до відомостей підставних осіб;

– навмисне збільшення суми «Разом до виплати»;

– завищення суми нарахованої зарплати та її утримання у вигляді вкладу на рахунок в банку.

Є система показників, на основі якої можна визначити ефективність підбору персоналу на підприємстві, перелік міститься в таблиці 2.

У таблиці 2 відображено сфери аналізу, пов'язані із персоналом, та показники їхньоїефективності. Такі показники доцільно використовувати за наявності інформації за декілька років, щоб виявити тенденцію розвитку системи управління персоналом та шляхи покращення.

Результати аудиторської перевірки засновуються на визначенні критеріїв показників, групуються та систематизуються дані, проводяться кінцеві розрахунки та створюються рекомендації для ліквідації неточностей.

Основні напрями аудиту ефективності управління персоналом:

– перевірки робочих місць персоналу;

– перевірки найму та загальної кількості працівників;

– перевірки звільнень робітників;

– перевірки премій;

– перевірки робочого місця і безпеки праці працівників;

– перевірка розрахунків із персоналом [1].

Таблиця 1

Можливі порушення в обліку оплати праці

Типові порушення	Вплив порушень на звітність	Методи перевірки
Табелі обліку робочого часу не в наявності	Складний контроль відпрацьованого часу	Перевірка документів, опитування працівників
Неправильне або неповне нарахування авансів	Зіставлення розрахункових і платіжних відомостей показують розбіжності під час розрахунків, наслідками можуть бути розкрадання коштів.	Документальна перевірка – зустрічна
Сума до виплати завищена	Розрахунки з працівниками неправильно відображені через зашифрування даних у розрахунково-платіжних відомостях, можливі порушення, розкрадання грошей з каси	Арифметична та документальна перевірка
Неправильний розмір виконаних робіт	Заплутане визначення достовірності розрахунків з оплати праці у всіх категорій працівників	Контрольний замір фактично виконаних робіт та послуг
Не вірно розраховано ПДФО	Помилково розрахований ПДФО, як наслідок штрафи	Арифметична перевірка та звірка даних, аналіз даних
Не вірно розраховано ЄСВ	Помилки у розрахунках з Пенсійним фондом	Документальна та арифметична перевірка
Не вірно визначені тарифні ставки	Неправильний розрахунок оплати праці, відпусток та лікарняних	Зіставлення з тарифікаційними довідниками

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Таблиця 2

Показники ефективності підбору персоналу

Сфера аналізу	Показники
Сфера підбору персоналу	– кількість співробітників на одного кадрового спеціаліста; – кількість вакансій на одного кадрового спеціаліста; – кількість вакансій, підібраних кадровими спеціалістами; – кількість вакансій не закритих; – середній час на закриття однієї вакансії; – середні витрати на заповнення однієї вакансії; – наявність автоматизації підбору; – відхилення рівня винагород від середньоринкових.
Сфера підвищення кваліфікації	– виділений бюджет на навчання працівників; – кількість працівників, що навчалися цього року; – кількість витраченого часу на навчання на одного працівника; – виділені кошти на навчання одного працівника; – середня вартість годин навчання; – оцінка ефективності навчань.
Мотивація персоналу	– інформація про задоволеність персоналу мотивацією.

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Таблиця 3

Напрями проведення аудиту на основі переліків показників

Напрямки аналізу	Показники
Забезпеченість трудовими ресурсами	– визначення середньої чисельності та складу працівників; – зіставлення планової потреби з фактичної наявності персоналу; – оцінка структурного складу персоналу; – оцінка впливу забезпечення трудовими ресурсами на результати діяльності.
Рух трудових ресурсів	– визначення чисельності прийнятих на роботу; – визначення чисельності звільнених за період; – визначення загального та облікового складу робітників на початок і кінець звітного періоду; – аналіз та формування оцінки причин звільнень; – коефіцієнт інтенсивності обороту з прийому; – обороту з вибуття; – постійність кадрів; – плинність кадрів.
Використання робочого часу	– розрахунки робочого часу на основі часу підприємства; – оцінка рівня організації робіт та ефективності використання робочого часу; – оцінка втрати робочого часу і виявлення причин відхилень.
Використання трудових ресурсів	– оцінка динаміки продуктивності праці; – вплив чинників, що визначають рівень і динаміку продуктивності праці; – співвідношення зростання продуктивності праці і середньої зарплати; – виявлення можливих резервів збільшення продуктивності праці та оцінка впливу на випуск продукції.
Використання фонду оплати праці	– оцінка складу, структури, динаміки й обсягів використання фонду зарплати; – аналіз чинників, які впливають на зміну ФОП; – вплив використання ФОП на фінрезультат діяльності підприємства.
Трудомісткості продукції	– аналіз динаміки й ефективності виконання плану з трудомісткості праці; – виявлення можливих причин зниження трудомісткості; – проведення аналізу трудомісткості продукції, робіт, послуг.

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Перевірка аудитором також може ґрунтуватися на основі розрахункових показників аналізу трудових ресурсів підприємства, такі показники відображені в таблиці 3.

Таблиця 3 описує напрями аналізу та показники, проводиться аналіз, спрямований на збільшення ефективності використання на підприємстві трудових ресурсів, покращення ефективності використання робочого часу та збільшення продуктивності праці.

Розроблення механізму аудиту трудових ресурсів дає змогу систематизувати перевірку на підприємстві, такий механізм відображений на рисунку 2.

Рисунок 2 відображає інформацію, на основі якої проводиться аудит, а саме об'єкти аудиту, джерела інформації для проведення аудиту, методичні прийоми та узагальнення і відображення результатів аудиту.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, аудит розрахунків з оплати праці – це трудомісткий процес, що потребує уваги. У розрізі розрахунків

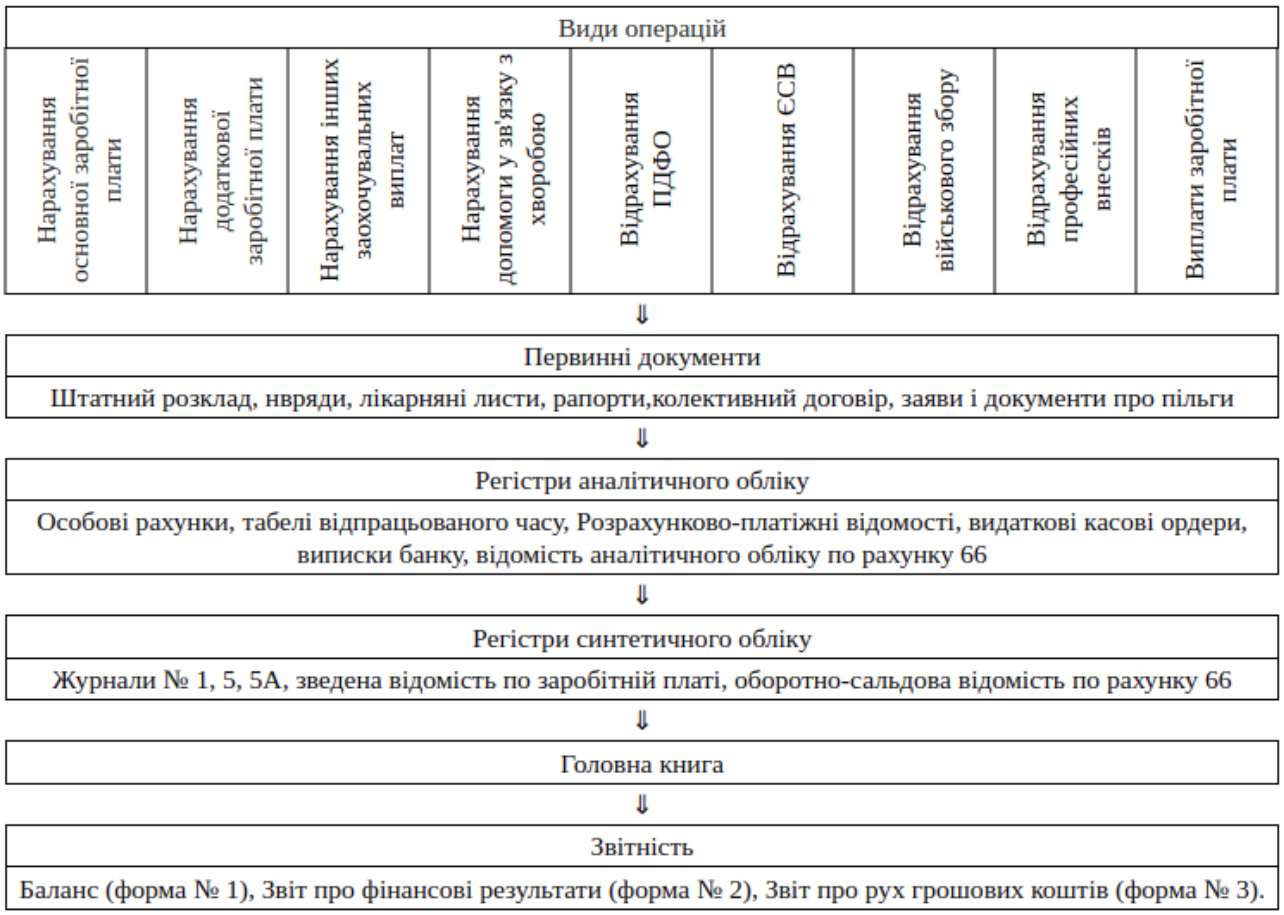


Рис. 2. Модель аудиту розрахунків з оплати праці

зарплати праці досить часто відбуваються порушення завдяки обсягу робіт, тому ця ділянка має перевірятися педантично. Порушення, що вже мали місце, зазвичай ускладнюють роботу як організації, так і працівників. З огляду на те, що на сучасному етапі Україна прагне стати членом об'єднання європейського співтовариства, аудит із розрахунків оплати праці також має відповідати європейським стандартам та умовам. Для цього необхідно вжити заходів у сфері обліку розрахунків з оплати праці, що спрямовані на зменшення можливих помилок та порушень, навмисних і ненавмисних. Проблематика, пов'язана з виникненням ненавмисних порушень, може бути вирішена шляхом удосконалення інформаційних технологій у бухобліку. Навмисним порушенням можна запобігти, удосконаливши систему внутрішнього контролю та аудиту на підприємствах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вареник В.М., Друз'єва С.П. Удосконалення механізму проведення аудиту з оплати праці підприємствах сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2018. № 1(12). С. 155–160.

2. Доброва Н.В. Проблеми легалізації заробітної плати в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць.* 2016. Вип. 1. № 60. С. 213–221.

3. Жогова О.Б. Аудит розрахунків з оплати праці. *Незалежний аудитор*. 2013. № 7(18). С. 10–15.

4. Маринченко І.В. Проблеми заробітної плати в Україні та шляхи їх вирішення. *Міжнародний науковий журнал. 2015.* № 9. С. 159–163.

5. Рябчук О.Г., Коротаєва І.Р. Особливості та проблеми аудиту розрахунків з оплати праці. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2018. № 4. С. 123–130.

6. Сахно Л.А., Кондратюк О.В. Аудит з розрахунків оплати праці. *Молодіжний економічний дайджест.* Київ , 2015. № 4. С. 103–108.

REFERENCES:

1. Varenyk V. M., Druzieva S. P. Udoskonalennia mekhanizmu provedennia audytu z oplaty pratsi pidpryiemstvakh sfery posluh [Improvement of the mechanism of conducting the audit on remuneration of enterprises of the service sector]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. 2018. № 1(12). Pp. 155–160.

2. Dobrova N. V. Problemy lehalizatsii zarobitnoi platy v Ukraini [Problems of Salary Legalization in Ukraine]. Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen: zb. nauk. prats. 2016. Vyp. 1. № 60. Pp. 213–221.

3. Zhohova O. B. Audyt rozrakhunkiv z oplaty pratsi [Audit of payroll calculations]. Nezalezhnyi audytor. 2013. № 7(18). Pp. 10–15.

4. Marynchenko I. V. Problemy zarobitnoi platy v Ukraini ta shliakhy yikh vyrishennia [Wage problems in Ukraine and ways to solve them]. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal. 2015. № 9. Pp. 159–163.

5. Riabchuk O. H., Korotaieva I. R. Osoblyvosti ta problemy audytu rozrakhunkiv z oplaty pratsi [Features and Issues of Payroll Audit]. Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia. 2018. № 4. Pp. 123–130.

6. Sakhno L. A., Kondratiuk O. V. Audyt z rozrakhunkiv oplaty pratsi [Payroll calculations Audit]. Molodizhnyi ekonomichnyi daidzhest. Kyiv, 2015. № 4. Pp. 103–108.

Duhnovska Liudmyla
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
National University of Food Technologies
Voitsekhovska Kseniia
Master
National University of Food Technologies

FEATURES OF THE AUDIT OF CALCULATIONS LABOR PAYMENT

Payroll calculations occupy an important place in the enterprise. Wages are a tool to encourage employees to improve their ability to work and encourage them to do their jobs better. The level of wages depends on the level of income of employees. Methods used in writing the research paper on payroll audit – abstraction, analysis and synthesis. Accounting for payroll calculations is a time consuming area of accounting.

The audit of payroll calculations contains a large amount of information that requires verification and a high qualification of the auditor. The main task of the auditor is to check the validity, correctness of calculations, compliance with laws. Payroll deductions, ie taxes and fees, must be checked and reflected in the accounts and financial statements. The purpose of checking payroll calculations is to research and verify the method of accounting for transactions, the lawfulness of using such methods, and compliance with the law, which can significantly affect the reliability of financial statements and independent auditor on the correctness of accounting of payroll in the enterprise.

The audit section of the payroll of the enterprise is designed to detect all irregularities and mistakes made in accounting documents. elements of accounting, checking of accruals and withholding of taxes and fees on wages, a list of possible typical violations in accounting of payroll calculations, descriptions the impact of such violations on the reporting and audit methods, a list of possible events in connection with which there may be typical violations, describes possible violations in the design of payment and enterprise information, a list of indicators that show the effectiveness of staffing at the enterprise by industry, the main areas audit of the effectiveness of personnel management, areas of performance audit, etc. The main sources of audit evidence in the audit of payroll calculations are summarized.

The basic methodical techniques, which are used by the auditor during the verification of wage payments, are indicated. The audit procedures during the audit of wage payments are described.

Typical violations that can be detected during the audit of wage payments are identified. It is noted which consequences have such violations for those who committed them. Each type of violations relating to wage payments, has its consequences, and bears the influence on the accuracy of financial statements. At the same time, it should be remembered that the audit activity is inherent in the corresponding risk, that is, there is likelihood that the auditor's report may contain inaccurate information. The factors of influence on the components of audit risk in the audit of wage payments are indicated.

Recommendations for elimination of violations which can be revealed during the audit of payroll calculations are offered.The article has conducted research designed to assist with internal and external audits. Payroll calculations should take a list of measures in the field of payroll calculations aimed at reducing possible errors and violations of intentional and unintentional. Issues related to the occurrence of unintentional violations can be solved by improving information technology in accounting. Intentional misconduct, you can improve the system of internal control and audit at enterprises.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ
ECONOMIC SUBSTANCE AND CLASSIFICATION OF CASH

УДК 657
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-61

Зінченко О.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту
Київський національний університет
технологій та дизайну
Приємницька В.О.
студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

У статті досліджено класифікаційні ознаки грошових коштів та їхніх еквівалентів, які повинні стати основою інформаційного забезпечення управління високоліквідними активами підприємства, чітко структурувати їх. Показано важливість окремих ознак класифікації для конкретних потреб управління. З'ясовано роль грошових коштів у забезпеченні фінансово-господарської діяльності. Визначено потреби належної організації безперервного і своєчасного обліку операцій з їхнього руху, контролю наявності, збереження та цільового використання грошових коштів. Встановлено, що грошові кошти в господарському процесі виконують функції міри вартості, засобу обміну, утворення скарбів, накопичення капіталу. Показано, що грошові кошти є абсолютно ліквідним активом, здатним легко і швидко перетворюватися в будь-які види матеріальних цінностей. З'ясовано, що основою ефективного функціонування суб'єкта підприємництва є безперервний періодичний рух грошових коштів. Досліджено проблеми, які виникають в організації обліку і контролю грошових коштів із подальшим збереженням динаміки циклів усієї діяльності господарюючого суб'єкта.

Ключові слова: *грошові кошти, грошові потоки, гроші, грошові кошти та їх еквіваленти, бухгалтерський облік, класифікація, економічна сутність, поняття, структура.*

В статье исследованы классификационные признаки денежных средств и их эквивалентов, которые должны стать основой информационного обеспечения управления высоколиквидными активами предприятия, четко структурировать их. Показана важность отдельных признаков классификации для конкретных нужд управления. Выяснена роль денежных средств в обеспечении финансово-хозяйственной деятельности. Определены потребности надлежащей организации непрерывного и своевременного учета операций по их движению, контроля наличия, сохранности и целевого использования денежных средств. Установлено, что денежные средства в хозяйственном процессе выполняют функции меры стоимости, средства обмена, образования сокровищ, накопления капитала. Показано, что денежные средства являются абсолютно ликвидным активом, способным легко и быстро превращаться в любые виды материальных ценностей. Выяснено, что основой эффективного функционирования субъекта предпринимательства является непрерывное периодическое движение денежных средств. Исследованы проблемы, возникающие в организации учета и контроля денежных средств с последующим сохранением динамики циклов всей деятельности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: *денежные средства, денежные потоки, деньги, денежные средства и их эквиваленты, бухгалтерский учет, классификация, экономическая сущность, понятие, структура.*

In the article was investigated the classification features of cash and cash equivalents, which should form the basis of information management of highly liquid assets of the enterprise, clearly structure them. It is shown the importance of individual classification features for specific management needs. The role of cash in providing financial and economic activities has been clarified. The necessities of proper organization of continuous and timely accounting of operations on their movement, control of presence are determined, saving and purposeful use of funds. It is established that the cash in the economic process performs the functions of a measure of value, a means of exchange, the formation of treasures, and the accumulation of capital. Cash has been shown as to be a completely liquid asset, capable of being easily and quickly converted into any kind of tangible assets. It is found that the basis for the effective functioning of the business entity is the continuous periodic cash flow. The problems that arise in the organization of accounting and control of funds with the further preservation of dynamics of cycles of all activity of the economic subject are investigated. The content of the main normative documents and special literature on the topic of the research is analyzed and summarized, the economic essence of the concept of cash for accounting purposes is specified. The essence of the funds has been clarified according to both national and international accounting standards, and approaches to the classification of cash by different characteristics are generalized, which will help to solve the problems of generalization of calculation information depending on the target needs of users. It is established that cash flow is a cash flow that occurs at an enterprise continuously as a result of its economic activity, and cash flow is a flow of money, income and expenditure, in the course of conducting economic activity for a certain period of time. For a more complete disclosure of the concept of cash, it is proposed to distinguish six basic features of classification, which can be supplemented and expanded taking into account the peculiarities and specificity of the enterprise. Differentiation of concepts and deeper study of the essence of cash flow, as well as expansion of the classification adapted to the enterprise will help to deepen the analysis of cash flows, improve their management, which in turn will ensure more efficient functioning of the enterprise.

Key words: *cash, cash flows, money, cash and cash equivalents, accounting, classification, economic essence, concepts, structure.*

Постановка проблеми. Суттєва роль грошових коштів у забезпеченні фінансово-господарської діяльності потребує належної організації безперервного і своєчасного обліку операцій з їхнього руху, контролю наявності, збереження та цільового використання. Грошові кошти виконують функції міри вартості, засобу обміну, утворення скарбів, накопичення капіталу і є ліквідним активом, здатним абсолютно швидко перетворюватися в інші види активів. Ефективне функціонування суб'єкта підприємництва забезпечується безперервним рухом грошових коштів, як наслідок, в обліковій практиці виникають проблеми, пов'язані з організацією контролю їх наявності та збереження. Облік грошових коштів та їх еквівалентів є досить регламентованими законодавчими та підзаконними нормативно-правовими актами. Проте розширення форм і видів здійснення розрахунків, властивостей та функцій грошових коштів потребують детального дослідження з метою коректного формування інформаційної бази, основою якої є бухгалтерський облік.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем бухгалтерського обліку грошових коштів зробили такі вчені, як: А.Г. Загородній, В.Б. Івашкевич, В.В. Ковальов, В.В. Сопко,

Г.В. Осовська, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин, Й.С. Завадська, І.Є. Давидович, М.В. Мельник, М.І. Кутер, М.П. Любушин, О.В. Єфімова, О.Д. Ларіонов, О.О. Миронова, О.О. Юркевич, П.М. Герасим, П.Я. Хомин, Ф.Ф. Бутинець, Ю. Брігхем, В. Бочаров, І. Бланк, В. Ковальов, С.Ф. Голов, В.М. Костюченко. Проте, незважаючи на значну кількість напрацювань із цього питання, єдиної теоретичної бази, яка б охоплювала увесь комплекс питань управління грошовими потоками підприємства, не сформовано. Також єдиного однозначного підходу до визначення та тлумачення категорії "грошові потоки" не визначено.

Проведене дослідження свідчить про незначну кількість наукових робіт, присвячених класифікації грошових коштів та їх еквівалентів. Так, питання класифікації грошових коштів відображено у праці В.В. Сопка [6], а проблеми класифікації грошових еквівалентів – у праці О.С. Височан [14]. Проте це питання потребує глибшого дослідження, оскільки науково-обґрунтована класифікація дасть змогу структурувати грошові кошти, які є найліквіднішим активом підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження економічної сутності грошових коштів, виділення суттєвих класифікаційних ознак грошових коштів та їх еквівалентів, формування напрямів удосконалення ефективності використання грошових коштів суб'єктами підприємництва, що має забезпечити вирішення проблем, пов'язаних з організаційно-методичним аспектом їх обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гроші є найдавнішим явищем життя суспільства і відіграють суттєву роль у фінансово-господарській діяльності кожного суб'єкта підприємництва. Незважаючи на пильну увагу науковців, багатовікові дослідження та значну кількість теоретичних концепцій грошей, сьогодні надати однозначну відповідь на питання, що таке гроші, неможливо.

Щодо визначення суті грошей сучасна світова економічна теорія пропонує декілька принципово різних підходів. Зокрема, М. Фрідман, А. Шварц розглядають гроші як зручний спосіб організації статистичних спостережень і визначають їх як «тимчасове вмістилище купівельної сили». В основу поширеного серед західних економістів підходу покладено теоретичний аналіз функцій грошей, на підставі якого визначаються суть і форми грошей.

Як видно з табл. 1, гроші виконують п'ять функцій. Оскільки гроші виконують роль загального еквівалента, за допомогою грошей порівнюються величини вартості всіх інших товарів, тому з наведених функцій найзначнішою є міра вартості. Гроші виконують цю функцію, оскільки самі є вартістю, але виконують її уявно, тобто як ідеальні гроші. До них прирівнюють величини вартості всіх інших активів. Виконання грошима функції міри вартості передбачає визначення грошової одиниці, яка б була основою для порівняння. Грошовою одиницею в Україні є гривня.

У сучасній західній економічній літературі з названих вище функцій грошей не виділяють функції засобу платежу, оскільки вона є засобом обігу і світових грошей – вони виконують будь-яку функцію. Дослідження свідчить, що в українській економічній літературі єдине твердження сутності грошей відсутнє.

Інформація з табл. 1 ілюструє, що хоча немає єдиного визначення грошей, але переважна кількість українських економістів визнають роль грошей як загального еквівалента. Заслуговує уваги визначення грошей, яке наведено в економічній енциклопедії.

Гроші – один із елементів ефективного функціонування будь-якого підприємства. Саме вони проходять економічні, бізнес-відносини та розрахунки, мають відображення в облікових докумен-

Таблиця 1

Функції грошей згідно з класичною економічною теорією

Функції грошей	Характеристика функції грошей
Міра вартості	гроші забезпечують вираження і вимірювання вартості товарів, надаючи їм форму ціни, яка реалізується через взаємодію з масштабом цін. Нині масштаб цін є величиною грошової одиниці цієї країни. Він змінюється стихійно під впливом інфляційних процесів в економіці, що в подальшому впливає на ціноутворення.
Засіб обігу	гроші є посередником у процесі обміну товарів і забезпечують їх обіг. Гроші як засіб обігу втілюють мінову вартість, а саме продавець продає товар і отримує гроші. Цю функцію гроші виконують миттєво. Необхідною умовою виконання грошима цієї функції є те, що рух товарів і грошей має здійснюватися одночасно.
Засіб нагромадження	пов'язано з наявністю повноцінних грошей поза сферою обігу. Гроші затримуються в руках товаровиробників, випадають зі сфери обігу. Цим товаровиробники від різних випадковостей стихійного ринку. Але такі гроші в будь-який час можуть знову повернутися в товарообіг.
Засіб платежу	виявляється у зв'язку з потребою продажу товару і послуг при відкладанні платежу і викликається різницею в часі виробництва і реалізації ряду товарів або ж потребою купівлі товарів за відсутності наявних грошей. У даному випадку продавець є кредитором, а покупець – боржником.
Світові гроші	гроші обслуговують рух вартості в міжнародному економічному обороті і забезпечують реалізацію відносин між країнами. Світові гроші – це комплексна функція яка виконує функції грошей, властиві їм на внутрішньому ринку.

тах, які пов'язані з витратами, доходами, фінансовими результатами і реалізують кінцеву мету економічної діяльності – отримання прибутку.

Гроші є багатофункціональною економічною формою, яка забезпечує облік вартості, обмін, платежі, накопичення вартості і є одним із найважливіших розділів економіки, що сприяє її розвитку. Грошова система, що добре функціонує, сприяє повному використанню потужностей і повній зайнятості. Якщо грошова система не належно функціонує, це може стати причиною різких коливань рівня виробництва, зайнятості та цін в економіці.

В економічній літературі є різні тлумачення поняття «грошові кошти», а саме «гроші», «грошові потоки», «грошові активи», «готівка», «фінансові ресурси», що призводить до неоднозначного розуміння сутності цих понять та зумовлює проблемні питання в бухгалтерському обліку щойно зазначених об'єктів. Насамперед слід розглянути тлумачення поняття «грошові кошти» в літературі та нормативних документах (табл. 2).

Найбільше відповідає потребам бухгалтерського обліку визначення поняття «грошові кошти», яке наведене в п. 10 таблиці 2.

Поняття грошових коштів зазвичай використовують в обліку як доходи і надходження, проте доцільно розглядати таке поняття, як «грошові кошти», не як доходи і надходження, але і як витрати і фінансові результати, оскільки у здійсненні розрахунків одні й ті самі грошові кошти для дебіторів (продавців) трактуються як доходи, а для кредиторів (покупців) – як витрати. У підсумку ці грошові кошти забезпечують визначений фінансовий результат. Щодо економічної сутності грошових коштів можна констатувати, що грошові кошти – це такі визначені сегменти для проведення безготівкових і готівкових розрахунків між суб'єктами підприємництва; доходи і надходження, з одного боку, та витрати – з іншого, які забезпечують оптимальне й ефективне функціонування грошово-кредитної системи.

Таблиця 2

Визначення поняття "грошові кошти"

№ з/п	Назва джерела	Визначення поняття
1	Бухгалтерський словник [Текст] / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: Рута, 2001. – 224 с.	Гроші – металеві та/або паперові знаки, що є мірою вартості під час купівлі-продажу і виконують роль загального еквівалента, тобто виражають вартість усіх інших товарів і обмінюються на будь-який з них. Гроші бувають електронні, кредитні, паперові.
2	Глосарій термінів, наведених у МСБОДС	Грошові кошти (cash) – готівка в касі й депозити до запитання (1.6, 2.8, 4.9, 5.5, 6.8, 8.5, 10.7) *
3	Загородній А.Г. Облік і аудит: [термінологічний словник] / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин. – Львів : «Центр Європи», 2011, с. 164.	У господарській практиці назву грошей мають явища, ззовні відмінні одне від одного: одиниці рахунку, в яких визначаються ціни на товари, національні грошові знаки, іноземна валюта, записи на банківських рахунках, кошти, витрачені на придбання цінних паперів, боргові зобов'язання, що використовуються для платежів.
4	Кийосаки Р.Т. Поднимите свой финансовый IQ [Текст] / Р.Т. Кийосаки; пер. с англ. С.Э. Борич. – Минск: Попурри, 2009. – 256 с.	Гроші – це рахунок гри, а мій фінансовий звіт – картка, на якій я записую результати. Виходячи із цього, я можу дійти висновку, наскільки вміло я веду гру.
5	Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств, від 27.06.2006 р.	Грошові кошти – готівка, кошти на рахунках у банку та депозити до запитання
6	МСБО 7 (JAS 7) «Звіт про рух грошових коштів»	Стандарт визначає грошові кошти як готівку в касі та депозити до запитання
7	НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»	Грошові кошти – готівка, кошти на рахунках у банках та депозити до запитання.
8	Осовська Г.В. економічний словник [Текст] / Г.В. Осовська, О.О. Юркевич, Й.С. Завадська. – К.: Кондор, 2007. – 358 с.	Грошові кошти (англ. monetary assets) – доходи й надходження, що акумулюються у грошовій формі на рахунках підприємств, організацій, установ, домашніх господарств, у банках і використовуються для забезпечення їхніх власних потреб або розміщення у вигляді ресурсів банків.
9	П(С)БО в державному секторі 1 «Подання фінансової звітності», затв. Наказом МФУ 28.12.2009 № 1541.	грошові кошти визначено як готівку, кошти на рахунках в органах Державного казначейства України, у банках та депозити до запитання
10	Остафійчук С.М. Грошові кошти та їх еквіваленти – найліквідніші активи підприємства / С. Остафійчук. Наук. вісник Ужгородського ун-ту. – 2011. – Серія Економіка. Спецвип. 33. Ч. 2. С. 215–220.	Грошові кошти – це готівка в касі підприємства, депозити до запитання, кошти на банківських рахунках, які характеризуються абсолютною ліквідністю, тобто можуть у будь-який момент бути використані для здійснення розрахунків, або обміняні на законні платіжні засоби.

Примітка: * Визначення посилання здійснюється на номер стандарту та номер параграфа. Наприклад, посилання "1.6" указує на параграф 6 МСБОДС 1 "Подання фінансових звітів".

Наведені в чинних нормативних документах визначення поняття «грошові кошти» сформульовані таким чином, що перераховують складники цього поняття, але таке формулювання потребує дослідження та уточнення.

Неоднозначність тлумачення поняття «грошові кошти» та «грошові потоки» наявне в спеціалізованій літературі. Це пов'язано з різноманітними підходами щодо визначення цих категорій. Також відсутній єдиний підхід до ознак і видів класифікації грошових потоків. Значна кількість класифікаційних ознак унеможливлює розв'язання проблем, і внаслідок цього процес пізнання та ідентифікації явища ускладнюється та виникає непорозуміння з боку користувачів бухгалтерської інформації та осіб, які беруть участь у процесі її підготовки та обробки.

Загалом наведені в чинних нормативних документах визначення «грошові кошти» перераховують складники цього поняття, що є недосконалим та потребує уточнення. Так, С.М. Остафійчук вважає, що, оскільки грошові кошти є абсолютно ліквідними активами, тому до цього поняття не завжди можна віднести абсолютно всі залишки на рахунках у банках, тому що їхня ліквідність може сильно відрізнятися від абсолютної [7, с. 216]. Слушною є думка автора, оскільки не всі кошти на рахунках у банках підприємство може використати в будь-який момент часу. Якщо підприємством відкрито безвідзивний акредитив, хоча ці кошти є його власністю, але використати їх у будь-який момент на власні потреби неможливо, оскільки зобов'язалося перерахувати їх іншому підприємству, на користь якого відкрито цей акредитив. У зв'язку із цим такі кошти не можна вважати абсолютно ліквідними активами підприємства та відносити до грошових коштів. Проте не можна сказати, що до поняття «грошові кошти» слід включати кошти на поточних рахунках у банківських установах, а кошти на інших рахунках у банках не включати. Зокрема, кошти, що знаходяться на чекових книжках, банківських картках, які також є коштами на інших рахунках у банках, підприємство може використати в будь-який час, тому вони є абсолютно ліквідними і належать до грошових коштів суб'єкта підприємництва. У зв'язку із цим складно визначити склад грошових коштів суб'єкта господарювання на практиці.

Дослідження теоретично-методичних напрацювань економістів свідчить про відсутність єдиного, загальноприйнятого визначення поняття «грошові кошти». Доцільним є таке визначення: грошові кошти є поняттям бухгалтерського обліку, яке відображає найліквідніші активи підприємства та може бути у формі готівки, коштів на рахунках в банку, депозитів до запитання. Це визначення узагальнює підходи щодо визначення грошових коштів та включає в себе сутність грошових коштів, напрями їх використання та кінцевий результат.

Грошові кошти, які отримує підприємство у результаті своєї діяльності, є грошовим потоком. Грошові надходження мають постійний, динамічний характер, а грошовий потік є безперервним. Поняття «грошовий потік» (Cash flow) включено до фінансової діяльності підприємців з іноземних джерел (таблиця 3). Наукові праці провідних учених-економістів свідчать про значну кількість підходів до трактування грошового потоку як економічної категорії.

Фінансовий потік є рухом ресурсів, під яким розуміється зміна їх кількості, вартості, форми, пропорцій, їх розподіл і перерозподіл між різними суб'єктами економіки. У процесі розподілу прибутку виникає фінансовий потік, пов'язаний з утворенням різних фондів підприємства, виплатою доходу учасникам, матеріальним стимулюванням

Таблиця 3

Аналіз поняття «грошовий потік»

Назва джерела	Визначення поняття
Глосарій термінів, наведених МСБОДС [15]	Грошові потоки (cash flows) – надходження та вибуття грошових коштів та їх еквівалентів (1.6, 2.8, 3.6, 4.9, 8.5)*
І. Бланк [12, с. 660]	грошові потоки підприємства як «сукупність розподілених за інтервалами періоди часу надходжень і виплат грошових коштів, що генеруються його господарською діяльністю, рух яких пов'язаний з факторами часу, ризику й ліквідності
МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів» [4]	Потоки грошових коштів як надходження і виплати грошових коштів і еквівалентів грошових коштів
О. Мартякова [9, с. 160], І. Єпіфанова [10, с. 248]	Визначаються грошовий потік як різниця між отриманими й виплаченими підприємством грошовими коштами за певний період часу
О. Терещенко [11, с. 125]	грошовий потік характеризується як результат руху грошових коштів підприємства за той чи інший період часу, тобто в загальному вигляді це різниця між надходженнями грошових коштів та їх виплатами за період
Ю. Єрешко [13, с. 40]	Наводиться визначення грошового потоку як обсяг грошових коштів, що отримує або виплачує підприємство протягом звітного або планованого періоду

Примітка: * Визначення посилання здійснюється на номер стандарту та номер параграфа. Наприклад, посилання «1.6» указує на параграф 6 МСБОДС 1 «Подання фінансових звітів».

працівників. Грошовий потік виникає, коли є витрачання грошових коштів з рахунків підприємства або з каси. Коли підприємство перераховує кошти в оплату отриманої продукції, вартість якої включає повну собівартість товару і прибуток, виникає грошовий потік, еквівалентний ціні товару, і фінансовий потік у сумі прибутку продавця.

Поняття «фінансовий потік» і «грошовий потік» не є тотожними; співвідношення грошових відносин і фінансів як їх частини визначають міру порівнянності фінансового і грошового потоків; зовнішній фінансовий потік щодо підприємства завжди буде викликати рух грошових коштів між контрагентами, у свою чергу, внутрішній фінансовий потік, пов'язаний з формуванням цільових фондів, не супроводжується рухом грошових коштів на рахунках і в касі.

Що стосується літератури з фінансового обліку й українського законодавства в сфері обліку, то тут фігурує таке поняття, як грошові кошти.

Згідно зі стандартом під грошовими коштами розуміють готівку, кошти на рахунках у банках та депозити до запитання.

Під готівкою в українському законодавстві розуміють валюту України та іноземну валюту у вигляді грошових коштів.

Поняття валюти України визначається як грошові знаки у вигляді банкнот, казначейських білетів, монет та в інших формах, що перебувають в обігу та є законними платіжними засобами на території України, а також вилученні з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обміну на грошові знаки, які перебувають в обігу; кошти, що знаходяться на рахунках, або вносяться у вигляді внесків до банківських та інших кредитно-фінансових установ на території України; платіжні документи та інші цінні папери, вираженні у валюті України.

Відповідно до МСФЗ до грошових коштів належить готівка в касі, монети, банкноти, валюта і депозити до запитання, поточні і депозитні рахунки в банках, на використання яких немає обмежень.

Питанням, пов'язаним з управлінням грошовими коштами, є проблеми організації контролю за збереженням та їх використанням.

Слід погодитися з думкою В.В. Сопка, що класифікація грошових коштів є вихідним елементом для організації їх обліку [6, с. 214], оскільки дає змогу їх структурувати відповідно до інформаційних потреб користувачів бухгалтерської інформації. Проте здебільшого науковці звертають увагу на класифікацію грошових потоків, а не грошових коштів. Але грошові потоки є похідними від грошових коштів і характеризують рух останніх у процесі здійснення господарської діяльності підприємства.

Доцільно виділити такі ознаки класифікації грошових коштів, які повною мірою відповідають потребам користувачів бухгалтерської інформації (табл. 4).

У процесі дослідження підходів щодо класифікації грошових потоків можна виокремити такі їх види (табл. 5).

Характеристика видів грошових потоків свідчить про високий ступінь їхнього взаємозв'язку, а саме недостатній обсяг одного виду сприяє скороченню обсягу іншого виду грошового потоку. У системі управління грошовими потоками зазначені їх види є центральним елементом сучасного фінансового менеджменту. Цілями управління грошовими потоками є забезпечення ефективного функціонування, а основним завданням є формування достатнього обсягу грошових коштів відповідно до потреб суб'єкта господарювання.

Порядок відображення грошових розрахунків у бухгалтерському обліку регламентується Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку [13].

Таблиця 4

Класифікація грошових коштів для потреб користувачів бухгалтерської інформації

Підходи до класифікації	Характеристика
За формою існування	Готівкові та безготівкові грошові кошти, де готівковими грошовими коштами є грошові кошти в касі, безготівковими – грошові кошти на рахунках у банках та електронні гроші.
За видом валюти	Класифікація грошових коштів за видами валют має суттєве значення для управління залишком грошових коштів, оскільки дає змогу керівництву оперативно реагувати на зміну курсів іноземних валют відносно національної валюти.
За місцем зберігання	Грошові кошти в касі, грошові кошти на рахунках у банках, електронні гроші (залишки на депозитних платіжних картках та кошти на рахунках платіжних систем в Інтернеті). Ця класифікаційна ознака є суттєвою під час проведення інвентаризації грошових коштів. У П(с)БО 13 «Фінансові інструменти» одним із компонентів фінансових активів є грошові кошти, необмежені для використання. Як відомо, напрями використання грошових коштів можуть обмежуватися, якщо вони надходять на підприємство як цільове фінансування та цільові надходження (субсидії, надходження з бюджету та цільових фондів, гуманітарна допомога, внески фізичних і юридичних осіб), і тому можуть бути використані лише за призначенням.
За обмеженістю у напрямах використання	Необмежені у використанні це грошові кошти, якими підприємство може розпоряджатися без обмежень для ведення господарської діяльності. Обмежені у використанні – грошові кошти, які підприємство може використовувати суворо за певним цільовим призначенням. Грошові кошти обмежені у використанні у Балансі, оскільки вони не можуть у будь-яку мить бути використані для розрахунків, а мають бути використані на конкретно визначені цілі.

Таблиця 5

Види класифікації грошових коштів

Класифікація грошових коштів за видами	Характеристика
За масштабом обслуговування господарського процесу	грошовий потік по підприємству загалом; грошовий потік за окремими структурними підрозділами; грошовий потік за окремими господарськими операціями
за видами господарської діяльності	грошовий потік від операційної діяльності; грошовий потік від інвестиційної діяльності; грошовий потік від фінансової діяльності
за напрямом руху коштів	позитивний (вхідний) грошовий потік; негативний (вихідний) грошовий потік
за методом обчислення обсягу	за методом обчислення обсягу (валовий грошовий потік); чистий грошовий потік; вільний грошовий потік

Незважаючи на вдосконалення системи організації обліку грошових коштів в Україні, є проблема неузгодженості національних положень із міжнародними стандартами, зокрема: відмінність у трактуванні поняття «грошові кошти»; за тотожності у тлумаченні відмінність самих категорій «рух грошових коштів» у національних положеннях та «грошові потоки» – у міжнародних; розбіжності в ідентифікації потоків грошових коштів за видами діяльності (наприклад, віднесення грошових потоків, що виникають від податків на прибуток, до певного виду діяльності; розбіжності у відображенні сплачених та отриманих дивідендів та відсотків); неузгодженість норм і правил щодо складання фінансової звітності з руху грошових коштів.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі полягають у пошуку нових методів, механізмів та форм удосконалення системи організації бухгалтерського обліку грошових коштів в Україні. Адаптація національних положень до міжнародних стандартів сприятиме значному покращенню організаційно-методичного аспекту обліку грошових коштів, знизить ризики помилок і забезпечить підвищення ефективності діяльності підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Діяльність суб'єктів підприємництва залежить від належної організації обліку грошових коштів, оскільки основу розрахунків становлять операції, пов'язані з рухом грошових коштів. Проблеми обліку грошових коштів та їх вирішення є актуальними, адже від достовірності та оперативності обліку залежить уся фінансова діяльність підприємства. Побудова належної системи бухгалтерського обліку грошових коштів передбачає правильність здійснення та відображення всіх етапів їхнього руху, починаючи з нормативно-правових вимог, заповнення первинних документів, узагальнення та систематизації інформації в регістрах і завершуючи складанням звітності. Реалізація стратегії науково-обґрунтованого управління грошовими коштами є відправною точкою успішності функціонування підприємств. Для визначення сутності поняття грошових коштів доцільно виокремити шість основних ознак класифікації. Проте зазначена класифікація може доповнюватися та розширюватися, враховуючи особливості та специфіку діяльності підприємства. Розмежування понять та глибше дослідження сутності грошового потоку, а також розширення класифікації, адаптованої для підприємства, дасть змогу поглибити аналітику руху грошових коштів, покращить рівень управління ними та забезпечить ефективне функціонування суб'єкта підприємництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 р. № 291. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (дата звернення: 02.12.2019).

2. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 № 7. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (дата звернення: 02.12.2019).

3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, від 30.11.1999 р. № 291. URL: http://www.uazakon.com/document/fpart34/idx34446.htm (дата звернення: 02.12.2019).

4. МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів» від 01. 01. 2012 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_019 (дата звернення: 02.12.2019).

5. Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні. Затв. Постановою Правління НБУ від 29.12.2017 № 148. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17 (дата звернення: 02.12.2019).

6. Сопко В.В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник / В. Сопко, В. Завгородній. Київ : КНЕУ, 2004. 411 с.

7. Остафійчук С.М. Грошові кошти та їх еквіваленти – найліквідніші активи підприємства. Наук. вісник Ужгородського ун-ту. 2011. Серія Економіка. Спецвип. 33. Ч. 2. С. 215–220.

8. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств від 28.07.2006 р. URL: http://uazakon.com/big/text892/pg1.htm (дата звернення: 02.12.2019).

9. Мартякова О.В. Грошові потоки в системі управління фінансово-господарською діяльністю підпри-

ємства. Наукові праці. Донецьк, 2007. Вип. 32(126): Серія: Економічна. С. 158–162.

10. Єпіфанова І.Ю. Вхідні та вихідні грошові потоки підприємства як економічна категорія. Матеріали ІІ Міжн. наук.-практ. конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». Вінниця, 2013. С. 247–249.

11. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посібник / О.О. Терещенко. Київ : КНЕУ, 2003. 554 с.

12. Бланк И.А Управление денежными потоками. 2-е изд., перероб. и доп. Киев : Ника-Центр, 2007. 752 с.

13. Єрешко Ю.О. Сутність грошових потоків підприємства як економічної категорії. Формування ринкових відносин в Україні. Київ, 2011. № 4(119). С. 39–43.

14. Височан О.С. Облік і контроль грошових коштів та їх еквівалентів: теорія, методика, організація : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.09 / О.С. Височан. Київ, 2009. 24 с.

REFERENCES:

1. Instruction on application of the Plan of accounts of accounting of assets, capital, liabilities and business transactions of enterprises and organizations dated 30.11.1999 № 291. URL: http: //zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (accessed 02 December 2019).

2. NP(S)BO 1 "General Requirements to the Financial Statements" of 7/02/2013 No. 7. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (accessed 02 December 2019).

3. Plan of accounts of accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations, approved Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated November 30, 1999, No. 291. URL: http://www.uazakon.com/document/fpart34/idx34446.htm (accessed 02 December 2019).

4. International Accounting Standards Account 7 "Report on cash flow movements" dated 01/01/2012 URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_019 (accessed 02 December 2019).

5. On approval of the Regulation on conducting national currency cash transactions in Ukraine. Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated 29.12.2017 No. 148. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17 (accessed 02 December 2019).

6. Sopko V. V., Zavgorodniy V. P. (2004) *Organizatsia buhgalterskogo obliky, economichnogo kontrolu ta analizy* [Organization of accounting, economic control and analysis]. Kyiv: Universytetska knyga KNEU. (in Ukrainian)

7. Ostafiychuk S. M. (2010) *Ghroshovi koshty ta jikh ekvivalenty jak ob'jekty bukhghaltersjkogho obliku* [Cash and cash equivalents as objects of accounting]. Uzhgorod: Vydavnyctvo Ghoverla, pp. 215–220. (in Ukrainian)

8. Guidelines for analysis and evaluation of the financial condition of enterprises from 28.07.2006. URL: http://uazakon.com/big/text892/pg1.htm (accessed 02 December 2019).

9. Martyakova O. V. (2007) *Chroshovi potoky v systemi upravlinia finansovo-gospodarskyi dialnistu pidpruemstva* [Cash flows in the system of management of financial and economic activity of the enterprise]. Donetsk: Scientific works, issue 32(126), series: Economic, pp. 158–162. (in Ukrainian)

10. Epifanova I. Yu. (2013). *Vhidni ta vuhidni chroshovi potoky pidpruemstva yak economichna kategoria pidpruemstva* [Incoming and outgoing cash flows of the enterprise as an economic category]. *Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference,* pp. 247–249. (in Ukrainian)

11. Tereshchenko O. O. (2003) *Finansova dialnist sybektiv gospodaryvannya* [Financial activities of business entities]. Kyiv: Universitetska knyga. (in Ukrainian)

12. Blank I. A. (2007) *Upravlenie denegnimi potokami* [Cash Flow Management]. 2nd ed., rev. and enl. Kyev: Nika Center. (in Russian)

13. Yereshko Yu. O. (2011) *Sytnist ghroshovyh potokiv pidpuemstva* [The essence of enterprise cash flows as an economic category – formation of market relations in Ukraine]. Kyiv, № 4(119), pp. 39–43. (in Ukrainian)

14. Vysochan O. S. (2009) *Oblik I control groshovyh koshtiv ta ih eckivalentiv : teoria, metodologya, organisatsia* [Accounting and control of cash and cash equivalents: theory, methodology, organization]. Kyiv: The dissertation of the candidate of economic sciences. (in Ukrainian)

Zinchenko Olena
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
Kiev National University of Technology and Design
Pryiemnytska Viktoria
Student
Kiev National University of Technology and Design

ECONOMIC SUBSTANCE AND CLASSIFICATION OF CASH

The purpose of the article. The article deals with the issues of economic nature and classification of funds and cash flows of business entities in the current economic conditions. The economic nature and classification of cash for accounting purposes are highlighted. Factors that influence the organization of accounting of cash in the course of business activity are clarified. The theoretical principles of cash accounting are summarized and the basic modern problems of accounting of cash that need to be solved for management needs are identified.

The theoretical aspect of accounting of funds on the basis of the current regulatory legislation is studied. The peculiarities of organization and methods of accounting of cash are investigated. The concept of the object of cash and cash flows for accounting purposes has been clarified.

Methodology. The content of the main normative legal documents and special literature in the field of research is investigated, the essence of the concept of cash arising from business operations is specified. Scientific publications are analyzed and the opinions of scientists on the issues of accounting of cash, in particular, determination of their economic essence and classification for accounting purposes are covered. Problems encountered in organizing cash and cash flow accounting.

The essence of cash by international accounting standards has been clarified, approaches to the classification of cash by different characteristics are generalized, which will help to solve the problems of generalization of information on calculations depending on the target needs of users.

It is advisable to present a general classification of funds in the accounting system in the context of several levels, where the main determinants are informativeness and compliance with the task of management.

Results. The problems of cash accounting and their solution are relevant for economic entities, since their financial activity depends on the reliability and timeliness of accounting. Establishing a proper cash accounting system involves the correct implementation and display of all stages of their movement, starting from regulatory requirements, completing primary documents, generalizing and organizing information in registers and ending with the preparation of reports. The business of an entity depends on the proper organization of accounting for cash, since the basis of economic activity is transactions related to cash flows.

It is established that cash flow is a cash flow that occurs at an enterprise continuously as a result of its economic activity, and cash flow is a flow of money, income and expenditure, in the course of conducting economic activity for a certain period of time.

Topical and important problems of accounting of cash of economic entities, including their accuracy and efficiency in accounting are highlighted.

Practical implications. In order to reveal the economic essence of the concept of cash, it is proposed to distinguish six main features of the classification, which can be supplemented and expanded, taking into account the peculiarities and specificity of the enterprise.

Differentiation of concepts and deeper study of the essence of cash flow, as well as expansion of the classification adapted to the enterprise will help to deepen the analytics of cash flows, will help to improve the level of their management, which will ensure more efficient functioning of the business entity and have a significant impact on the formation and management of management and decision making.

The use of sound accounting techniques will improve the quality and timeliness of information. This will control the condition of cash payments, help reduce the risk of inefficient use of funds and strengthen the financial position and the rational use of funds.

Value/originality. The organizational and methodological aspect of the system of accounting for cash, namely the correctness of their implementation, reflection at all stages of availability and movement, starting from compliance with legal requirements, proper filling of primary documents, generalization and systematization of information in accounting documents, registers and concluding with the reporting.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

TRANSFORMATION OF THE DOMESTIC ECONOMY: ACCOUNTING AND ANALYTICAL ASPECT

УДК 657:631.145
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-62

Ілляшенко К.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

У дослідженні розглянуті історичні аспекти теорії інноваційної економіки та етапи її сучасної трансформації. Висвітлені об'єктивні та суб'єктивні передумови переходу від індустріальної економіки до економіки знань. Проаналізовано поняття ролі, місця та характеру функціонування знань. Зазначено, що знання є найбільш важливим і визначальним фактором сучасної економіки. Виділені основні умови трансформації вітчизняної економіки. Обґрунтовано пріоритети діджиталізації бухгалтерського обліку. Наголошено, що пріоритетним напрямом модернізації бухгалтерського обліку є програмне забезпечення з елементами штучного інтелекту. Наведено приклади застосування технології блокчейн – розподіленої бази даних, яка слугує бухгалтерською книгою для операцій із криптовалютою. Визначені основні напрями державної підтримки, яка необхідна для швидкої трансформації економіки. Запропоновані подальші напрями трансформації вітчизняної економіки до економіки знань.

Ключові слова: *економіка, інновації, знання, інформація, облік, аналіз, діджиталізація, блокчейн, криптовалюта.*

В исследовании рассмотрены исторические аспекты теории инновационной экономики и этапы ее современной трансформации. Освещены объективные и субъективные предпосылки перехода от индустриальной экономики к экономике знаний. Проанализировано понятие роли, места и характера функционирования знаний. Отмечено, что знания являются наиболее важным и определяющим фактором современной экономики. Выделены основные условия трансформации отечественной экономики. Обоснованы приоритеты диджитализации бухгалтерского учета. Отмечено, что приоритетным направлением модернизации бухгалтерского учета является программное обеспечение с элементами искусственного интеллекта. Приведены примеры применения технологии блокчейн – распределенной базы данных, которая служит бухгалтерской книгой для операций с криптовалютой. Определены основные направления государственной поддержки, которая необходима для быстрой трансформации экономики. Предложены дальнейшие направления трансформации отечественной экономики к экономике знаний.

Ключевые слова: *экономика, инновации, знания, информация, учет, анализ, диджитализация, блокчейн, криптовалюта.*

The rapid development of digital technologies is manifested in the strengthening of information provision in the economy and management, as well as in the constant diversification of the information sector, which in turn requires an increase in knowledge. The domestic economy is increasingly facing the issue of modernization of information technologies and comprehensive digitalization. The purpose of this article is the theoretical basis and further prospects of accounting and analytical aspect of the transformation of the domestic economy in the light of global trends of Informatization of society. The study examines the historical aspects of the theory of innovation economy and the stages of its modern transformation. Objective and subjective preconditions of transition from industrial economy to knowledge economy are highlighted. The concept of the role, place and nature of knowledge functioning is analyzed. It is noted that knowledge is the most important and determining factor of the modern economy. The main conditions for the transformation of the domestic economy are highlighted. Priorities of digitalization of accounting are substantiated. It is noted that the priority direction of modernization of accounting is software with elements of artificial intelligence. Examples of the use of block chain technology as a distributed database, which serves as a register of transactions with crypto currency, are given. The main directions of the state support which is necessary for fast transformation of economy are defined. Further directions of transformation of domestic economy to knowledge economy are offered. According to the study, it is concluded that the transformation of the domestic economy should begin with the digitalization of all activities, but first of all, from accounting. In accounting and analytical work at enterprises it is necessary to use the most modern software products, which will be based on elements of artificial intelligence. It is necessary to develop Blockchain technology as the most secure and transparent. But all this is not possible without state support. Only the interaction between the state, enterprises and scientific institutions can become a decisive factor in the formation of the future economy.

Key words: *economics, innovation, knowledge, information, accounting, analysis, digitalization, Blockchain, crypto currency.*

Постановка проблеми. У найбільш розвинених країнах, що переходять від індустріального до інформаційного суспільства, стрімкий розвиток цифрових технологій проявляється у посиленні інформаційного забезпечення в економіці й управлінні, а також у постійній диверсифікованості інформаційного сектору, що вимагає збільшення знань. Перед вітчизняною економікою все частіше постає питання модернізації інформаційних технологій та всебічної діджиталізації. З економічного погляду найбільшим джерелом інформації про фінансово-господарський стан підприємств є бухгалтерський облік, який переживає трансформацію від простої автоматизації облікових процесів до складних інформаційно-аналітичних систем. Все це свідчить про актуальність вибраної тематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Уперше концепція економіки знань була представлена у 1995 році на засіданні комітету з науково-технічної політики організації економічного співробітництва та розвитку (OECP) [1]. Основний акцент у доповіді був зроблений на нову теорію економічного росту, що розглядала знання як ключовий фактор економічного розвитку. Розвитку методологічної бази економіки знань також присвячені роботи А.В. Бабкіна, Л.М. Гохберга, В.Л. Іноземцева, Г.Б. Клейнера, Л.Е. Мінделі, А.А. Яковлева та багатьох інших. Але обліково-аналітичний аспект економіки знань все ще мало досліджений.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне підґрунтя та подальші перспективи обліково-аналітичного аспекту трансформації вітчизняної економіки у світлі світових тенденцій інформатизації суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичною передумовою розгляду економіки знань є ідея інновацій, а відповідно – інноваційної економіки. В економічній науці розвиток суспільства пов'язували з тими або іншими новаціями та трансформаціями в різних сферах життя. Основи розгляду як одного з основних двигунів інноваційного розвитку економіки й усього суспільства науково-технічних новацій були закладені ще А. Смітом, К. Марксом, продовжили розвивати теорію Р. Солоу, Е. Денісон [2, с. 98]. Це особливо переконливо проявилося у роки промислової революції.

З появою принципово нових наукових досягнень, розширенням технологічних можливостей та їхнього прискорювального впливу на характер розвитку виробництва та всіх суспільних сфер виділяють первинну роль самої людини в економіці як джерела та генератора новацій. При цьому особливо помітно, що інновації в економіці пов'язуються насамперед із підприємницькою діяльністю людини. У XX столітті Й. Шумпетер розглядає підприємницьку діяльність як інноваційну та таку, що визначає успішність майбутнього розвитку соціуму. Розвиток ринків він пов'язує із циклами інновацій. Можна сказати, що інновації в економічній науці переважно розглядалися як комбінації ресурсів і винаходів у виробничому процесі (так званий індустріальний підхід) [2, с. 126].

На початку 90-х років минулого сторіччя відбулося перетворення науки у безпосередню продуктивну силу. На сучасному етапі розвитку цивілізації ключовим елементом для розуміння інноваційного розвитку стають поняття «знання» й «інформація», і інновації всі частіше представляються як злиття потоків у результаті цілеспрямованого розвитку науки, техніки та технологій. Вони входять до основного змісту таких найважливіших категорій, як: «економіка, заснована на знаннях», «економіка знань», «інноваційна економіка», «інформаційна економіка» тощо [3].

На нашу думку, інноваційна економіка – це насамперед економіка знань, де наукова інформація відіграє домінуючу роль в економічному розвитку. Її появу справедливо пов'язують із глобалізацією світової економіки, концентрацією грошових та інформаційних потоків, зростаючою роллю науки та технологій, розвитком комунікацій, розвитком фундаментальних досліджень як джерел добробуту держав та суспільства.

У зв'язку із цим саме знання у певному змісті стає предметом самостійного економічного аналізу, його вартість і значення у виробництві все більше зростають. А разом із цим зростає його роль у розвитку економіки.

Знання визначено в економічній літературі по-різному. Так, наприклад, експерти ОЕСР запропонували розрізняти чотири основних типи знань [4, с. 123]:

– набір фактів – «знати що» (know what). У цьому разі знання найбільш близькі до поняття «інформація» і можуть бути поділені та наведені у вигляді одиниць інформації. У деяких видах професій, наприклад у медицині чи юриспруденції, такий вид знань є визначальним для оцінки професійної компетенції;

– знання як причина або основа, що утворюють предметну сферу, – «знати чому» (know why). Цей вид знань належить до наукового знання. Він лежить в основі технологічних розробок продуктів і процесів, що визначають роботу більшості промислових галузей економіки. Виробництво та відтворення цих знань відбувається у науково-освітніх організаціях;

– знання як набір спеціальних умінь – «знати як» (know how). Це тотожно категорії «конкретна праця», введеній у науковий оборот К. Марксом у «Капіталі»;

– знання, що ідентифікують індивідуального носія, – «знати хто» (know who). Цей вид знань включає інформацію про те, хто і якими знаннями та навичками володіє. Він також включає комплекс соціальних взаємодій, що дають змогу одержати доступ до окремих експертів і ефективно використовувати їхні професійні якості. Чим вищий ступінь економічної спеціалізації та розподілу праці, чим вищий ступінь технологічних змін у суспільстві, тим більшу значущість мають ці знання.

Знання у сучасному світі входять до основ соціально-економічних систем, і тому вони є найважливішою домінантою їхнього розвитку. У справедливості такого підходу неважко переконатися, якщо дотримуватися досить сформованого розуміння ролі й місця, характеру функціонування знання у суспільстві: воно фактично все більше стає ключовим фактором росту поряд із капіталом і працею. Це розуміння знайшло відбиття в основних концепціях знання: знання як ресурс розвитку економіки; знання як продукт (виробництво знань є найбільш важливим і визначальним фактором сучасної економіки); знання як фактор розвитку інформаційного суспільства (знання базуються на розвитку та зміні інформаційних і комунікаційних технологій) [5].

В економіці знань змінюється сприйняття основних економічних показників діяльності підприємства:

– переважна роль у додатковій вартості товару інтелектуальної власності та ступеня новизни споживчих властивостей або технологічних досягнень, що відбилися у товарі (витрати на ресурси та капітал у ціні товару відіграють усе меншу роль, хоча не варто зменшувати їхнє значення);

– ринкова вартість визначається можливостями та результатами застосування інновацій і ступенем складності відтворення, копіювання продукту;

– складається з компетентності кадрового складу, що відіграє основну роль у розрахунку капіталізації компанії.

Стосовно нашої країни можна стверджувати, що сучасний стан вітчизняної економіки поки не відповідає вимогам інноваційного розвитку, але водночас має перспективи для руху від індустріальної економіки до економіки знань. Формування нової економіки багато у чому буде залежати від створення необхідних умов на мікро- і макрорівні. У низці основних умов тут можна виділити [6, с. 11]:

– успіх і стійкість розвитку підприємств багато у чому буде залежати від ступеня безперервності впровадження нововведень. В умовах скорочення життєвого циклу товарів і послуг, подальшої диверсифікованості ринкових ніш для традиційних товарів, все більшої індивідуалізації попиту та пропозиції інноваційна активність стала важливою не тільки для малого інноваційного бізнесу, але й для великих компаній, які вже не можуть більше підтримувати свою стійкість за рахунок масштабів і диверсифікованості виробництва, розширюваного шляхом злиття чи поглинань між компаніями;

– розвиток нових секторів зайнятості, масової доступності вищої освіти;

– забезпечення високих темпів розвитку високотехнологічного сектору послуг (зобов'язаного своїм виникненням проникненню інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах життя) та інших важливих соціально-економічних явищ;

– створення технологічних умов для поширення та використання інформації. Тут важливо враховувати роль знань у становленні та розвитку нових секторів економіки, відновленні традиційних відносин між різними економічними агентами та суспільними інститутами.

На шляху до економіки знань розвиток технологій привів до діджиталізації всіх сфер життя суспільства. Не оминули ці процеси і нашу країну.

Діджиталізація (цифровізація) – це переведення будь-якої інформації в цифрову. Цей процес має глобальні тенденції, які зачіпають всі сфери сучасної економіки [7, с. 70].

На думку О.Г. Сокола, трансформація економіки насамперед приведе до змін у бухгалтерському обліку [8, с. 399].

Найбільші обсяги документальної інформації про бізнес-процеси накопичуються під час бухгалтерського обліку. Натепер акумулювання розширених баз даних, обмін, аналітичні процедури та формування звітної інформації здійснюється виключно в електронному вигляді, що забезпечує оперативність, відкритість та ефективність управлінських рішень [9, с. 211].

Тому, на нашу думку, найбільш актуальною діджиталізація є саме для бухгалтерського обліку. Її початком можна вважати автоматизовану форму обліку і перші бухгалтерські комп’ютерні програми. Зараз для потреб бухгалтерії використовуються складні інформаційні системи, призначені для автоматизації як обліку й аналізу, так і всіх ланок управління. Але досягнення науково-технічного прогресу вже зараз встановлюють тенденцію розвитку бухгалтерських програм із використанням штучного інтелекту.

Серед інформаційних технологій, яким притаманні риси штучного інтелекту, можна виділити технологію блокчейн, що швидко проникла у фінансову сферу і зайняла там поважне місце [10, с. 273].

Блокчейн – це ланцюжок блоків транзакцій (англ. Blockchain), розподілена база даних, яка зберігає впорядкований ланцюжок записів (так званих блоків), що постійно довшає. Дані захищено від підробки та спотворення. Кожен блок містить часову позначку, хеш попереднього блоку та дані транзакцій, наведені як хеш-дерево. Таку розподілену базу даних закладено в основу криптовалюти Bitcoin (вона була описана 2008 і реалізована 2009 року), де слугує бухгалтерською книгою для всіх операцій [1].

Технологія блокчейн також дає нові способи для компаній, щоб довести джерело і достовірність продуктів. Наприклад, компанія Blockverify використовує блокчейн і поширює облікові технології для забезпечення прозорості ланцюжка поставок і рішення з боротьби з контрафакцією із застосуванням фармацевтичних препаратів, предметів розкоші, діамантів та електроніки. Крім того, з 2015 року компанія Everledger використовує блокчейн для призначення унікальних ідентифікаторів алмазам для того, щоб відстежувати їх на вторинному ринку. Цей же принцип застосовується і до інших видів товарів. Схожі проекти були здійснені іншими стартапами для відстеження доставки продукції через океани (TBSx3) або для надання допомоги сільськогосподарським підприємствам, щоб вони краще управляти ланцюжками поставок і забезпечувати походження продуктів, які вони використовують (Agridigital) [11].

Успішність переходу до економіки знань залежить від багатьох умов. Особливе місце займає позиція держави, її здатність впливати як на економіку, так і на суспільство загалом. Державного регулювання потребує низка фундаментальних принципів, таких як:

– створення сприятливого інвестиційного клімату та заохочення інвестицій у високотехнологічні виробництва;

– всебічний розвиток науки та технологій як найважливішого ресурсу, що спонукає економічне зростання;

– створення та підтримка конкурентних умов для всіх економічних агентів з метою заохочення інновацій і росту продуктивності праці;

– усіляке сприяння підготовці людського капіталу, здатного до адаптації у швидко мінливих умовах;

– створення умов для інститутів бізнесу, орієнтованих на ефективне інвестування у галузях, де створюються нові знання та починається процес їхнього поширення;

– законодавче та нормативне регулювання майнингової діяльності із занесенням її у КВЕД та ринків криптовалюти.

Висновки з проведеного дослідження. Очевидно, що суспільство на шляху до економіки знань не може розвиватися без інновацій, і для розвитку останніх треба створювати відповідні умови. Зараз в Україні спостерігається поширення знань, підвищення наукового рівня навчальних закладів, забезпечення інформаційно-комунікаційними технологіями. Трансформація вітчизняної економіки повинна розпочатися з діджиталізації всіх видів діяльності, але насамперед із бухгалтерського обліку. В обліково-аналітичній роботі на підприємствах потрібно використовувати найбільш сучасні програмні продукти, в основі яких буде закладено елементи штучного інтелекту. Необхідно розвивати технологію блокчейн як найбільш захищену та прозору. Але все це неможливе без державної підтримки. Тільки взаємодія між державою, підприємствами та науковими установами може стати вирішальним фактором формування економіки майбутнього.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. OECD. *OECD Digital Economy Outlook 2017*, OECD Publishing, Paris, 2017. URL: https://doi.org/10.1787/9789264276284-en (дата звернення: 10.12.2019).

2. Denison E. Trends in American Economic Growth, 1929–1982. Washington, D. C.: The Brooking Insitution, 1985. 220 p.

3. Hepworth M., Spencer G. A Regional Perspective on the Knowledge Economy in Great Britain. *United Kingdom Department of Trade and Industry*. 2003. URL: http://www.berr.gov.uk/files/file11034.pdf (дата звернення: 10.12.2019).

4. Миндели Л.Э., Пипия Л.К. Концептуальные аспекты формирования экономики знаний. *Проблемы прогнозирования*. 2007. № 3. С. 121–125.

5. Data Management Systems and MEL. *Development gateway.* 2018. *URL*: https://www.developmentgateway.org/sites/default (дата звернення: 10.12.2019).

6. Ілляшенко К.В. Методологія обліку доходів і витрат інформаційної діяльності. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.* 2016. № 4(15), т. 1, с. 9–13.

7. Лазебник Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування.*2018. № 2. С. 69–74.

8. Сокіл О.Г. Концептуальні основи методології трансформації традиційної системи обліку у бухгалтерський облік сталого розвитку. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 398–403.

9. Трачова Д.М. Місце облікової інформації в системі постіндустріального інформаційного суспільства в контексті формування амортизаційної політики. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки).* 2018. № 1(36). С. 210–218.

10. Шевчук О.О. Блокчейн як каталізатор трансформації бізнес-процесів у страхуванні. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики.* 2019. Т. 1. № 28. С. 272–278.

11. Parkins D. Blockchains – The great chain of being sure about things. *The Economist.* 2015. URL: https://www.economist.com/briefing/2015/10/31/the-great-chain-of-being-sure-about-things (дата звернення: 10.12.2019).

REFERENCES:

1. OECD (2017) *OECD Digital Economy Outlook 2017*, OECD Publishing, Paris. Available at: https://doi.org/10.1787/9789264276284-en

2. Denison E. (1985) Trends in American Economic Growth, 1929–1982. Washington, D. C.: The Brooking Insitution. 220 p.

3. Hepworth M., Spencer G. (2003) A Regional Perspective on the Knowledge Economy in Great Britain. *United Kingdom Department of Trade and Industry*. Available at: http://www.berr.gov.uk/files/file11034.pdf (accessed 10 December 2019).

4. Mindeli L. E. and Pipiya L. K. (2007) Kontseptualnyie aspektyi formirovaniya ekonomiki znaniy [Conceptual aspects of knowledge economy formation]. *Problemyi prognozirovaniya*, no. 3, pp. 121–125. (in Russian)

5. Data Management Systems and MEL (2018) *Development gateway.* URL: https://www.developmentgateway.org/sites/default (accessed 10 December 2019).

6. Illiashenko K. V. (2016) Metodolohiia obliku dokhodiv i vytrat informatsiinoi diialnosti [Methodology of accounting of income and expenses of information activities]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva: Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho avtomobilno-dorozhnoho universytetu*, vol. 1, no. 4(15), pp. 9–13.

7. Lazebnyk L. (2018) Didzhytalizatsiia ekonomichnykh vidnosyn yak faktor udoskonalennia biznes-protsesiv pidpryiemstva [Digitalization of economic relations as a factor of improvement of business processes of the enterprise]. *Ekonomichnyi visnyk. Seriia: finansy, oblik, opodatkuvannia,* no. 2, pp. 69–74.

8. Sokil O. H. (2017) Kontseptualni osnovy metodolohii transformatsii tradytsiinoi systemy obliku u bukhhalterskyi oblik staloho rozvytku [The conceptual basis of the methodology of transformation of the traditional accounting system in accounting for sustainable development]. *Problemy ekonomiky*, no. 1, pp. 398–403.

9. Trachova D. M. (2018) Mistse oblikovoi informatsii v systemi postindustrialnoho informatsiinoho suspilstva v konteksti formuvannia amortyzatsiinoi polityky [The place of accounting information in the system of post-

industrial information society in the context of depreciation policy formation]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, no. 1(36), pp. 210–218.

10. Shevchuk O. O. (2019) Blokchein yak katalizator transformatsii biznes-protsesiv u strakhuvanni [Blockchain as a catalyst for transformation of business processes in insurance]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky,* vol. 1, no. 28, pp. 272–278.

11. Parkins D. (2015) Blockchains –The great chain of being sure about things. *The Economist.* Available at: https://www.economist.com/briefing/2015/10/31/the-great-chain-of-being-sure-about-things (accessed 10 December 2019).

Illiashenko Kateryna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Taxation
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

TRANSFORMATION OF THE DOMESTIC ECONOMY: ACCOUNTING AND ANALYTICAL ASPECT

The purpose of the article. The rapid development of digital technologies is manifested in the strengthening of information provision in the economy and management, as well as in the constant diversification of the information sector, which in turn requires an increase in knowledge. The domestic economy is increasingly facing the issue of modernization of information technologies and comprehensive digitalization. From an economic point of view, the largest source of information about the financial and economic condition of enterprises is accounting, which is undergoing a transformation from simple automation of accounting processes to complex information and analytical systems. All this testifies to the relevance of the study of the theoretical foundations and future prospects of accounting and analytical aspects of the transformation of the domestic economy in the light of global trends of Informatization of society.

Methodology. The methodological basis of the study consists of General scientific methods of cognition of socio-economic phenomena: induction and deduction, generalization, analysis and synthesis, abstraction. To study the accounting and analytical component of the post-industrial economy, a system-structural approach to the study of economic phenomena and processes was applied. The research was carried out using the methodological apparatus of modern science, in particular dialectical theory of knowledge, methods of deduction and induction.

Results. On the way to the knowledge economy, society cannot develop without innovations and appropriate conditions must be created for the development of the latter. Now in Ukraine there is an increase in the spread of knowledge, improving the scientific level of educational institutions, providing information and communication technologies. The transformation of the domestic economy should begin with the digitalization of all activities, but first of all, accounting. In accounting and analytical work at enterprises it is necessary to use the most modern software products, which will be based on elements of artificial intelligence. It is necessary to develop Blockchain technology as the most secure and transparent. But all this is not possible without state support. Only interaction between the state, enterprises and scientific institutions can become a decisive factor in shaping the economy of the future.

Practical implications. Digitalization has practical application in accounting. Its beginning can be considered an automated form of accounting and the first accounting computer programs. Now for the needs of accounting, complex information systems are used, designed to automate both accounting and analysis, and all levels of management. But the achievements of scientific and technological progress are already setting a trend for the development of accounting programs using artificial intelligence.

Value / originality. The priority direction of modernization of accounting is determined by software with elements of artificial intelligence. Examples of using Blockchain technology as a distributed database, which serves as a register of transactions with crypto currency, are given. The main directions of state support necessary for the rapid transition of the domestic economy to the knowledge economy, including support for scientific institutions, investment in research projects, legislative regulation of crypto currency turnover and the like, are proposed.

ЕКОНОМІКО-ЛОГІЧНІ ТА ЕВРИСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

ECONOMIC AND LOGISTIC AND HEURISTIC APPROACHES IN THE ANALYSIS OF THE EXPORT ACTIVITY OF THE MANUFACTURING ENTERPRISE

УДК 330.65
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-63

Тростянська К.М.
к.е.н., доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Хапіліна К.О.
студентка
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті розглянуто особливості аналізу експортної діяльності виробничого підприємства на засадах економіко-логічних та евристичних методів. Проведено теоретичне узагальнення та дослідження підходів до аналізу експортної діяльності підприємств. Висвітлено головні аспекти формування SPACE-моделі та визначено коло основних показників для оцінювання внутрішньої та зовнішньої стратегічної позиції виробничого підприємства-експортера. Запропоновано матрицю SPACE-аналізу для діючого підприємства-експортера, яка наочно ілюструє необхідний вибір стратегії на зовнішньому ринку. Проведено факторний аналіз чистого прибутку підприємства-експортера. Під час побудови причинно-наслідкової діаграми Ісікави визначено внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на експортну діяльність, акцентовано увагу на сильні та слабкі сторони експорту виробничого підприємства та запропоновано шляхи підвищення ефективності експортної діяльності.

Ключові слова: *виробництво, експорт, економічний аналіз, причинно-наслідкова діаграма Ісікави, факторний аналіз, SPACE-аналіз.*

В статье рассмотрены особенности анализа экспортной деятельности производственного предприятия на основе экономико-логических и эвристических методов. Проведено теоретическое обобщение и исследование подходов к анализу экспортной деятельности предприятий. Освещены основные аспекты формирования SPACE-модели и определен круг основных показателей для оценки внутренней и внешней стратегической позиции производственного предприятия-экспортера. Предложенная матрица SPACE-анализа для действующего предприятия-экспортера наглядно иллюстрирует необходимый выбор стратегии на внешнем рынке. Проведен факторный анализ чистой прибыли предприятия-экспортера. При построении причинно-следственной диаграммы Исикавы определены внутренние и внешние факторы, влияющие на экспортную деятельность, акцентировано внимание на сильные и слабые стороны экспорта производственного предприятия и предложены пути повышения эффективности экспортной деятельности.

Ключевые слова: *производство, экспорт, экономический анализ, причинно-следственная диаграмма Исикавы, факторный анализ, SPACE-анализ.*

The article identifies the features of the analysis of export of a manufacturing enterprise based on economic, logistic, and heuristic approaches. Theoretical generalization and research of approaches to the analysis of export activity of enterprises are conducted. Special economic and logical methods that are not yet sufficiently covered by scientists and researchers for analyzing export of manufacturing enterprises, namely factor analysis, SPACE analysis and Ishikawa diagram are considered. The main aspects of the SPACE model formation are covered and the circle of the main indicators that evaluate the internal and external strategic position of the enterprise is determined. When testing the SPACE approach in a real manufacturing enterprise, the position of the vector of the SPACE analysis was revealed, which indicates that the company must adhere to an aggressive method of competition. The factor analysis of the profit of the manufacturing enterprise is considered and it is proved that the profit is the most influenced by the sales revenue and the cost of sales. It is determined that export operations play a significant role in the formation of profits of manufacturing enterprises. An Ishikawa diagram has been developed and is divided by the following stages: identification and collection of all factors and causes that have an impact on the result being investigated; grouping of factors by meaningful and causal blocks; ranking these factors within each block; chart analysis. During the consideration of factors affecting export activity, internal and external, to which industrial, social, informational and political, legislative and economic factors, respectively, were covered. When using the Ishikawa method, attention is paid to the strengths and weaknesses of the export of a manufacturing enterprise and the ways of increasing the efficiency of export activity by controlling the in-house aspect of the enterprise's activity. It is established that the factors of efficiency of the export activity of the enterprise provide an opportunity to evaluate its condition and to choose the appropriate directions for its improvement.

Key words: *manufacturing, export, economic analysis, cause-and-effect Ishikawa diagram, factor analysis, SPACE analysis.*

Постановка проблеми. Експортна діяльність виробничих підприємств відіграє значну роль у відновленні та розвитку економіки України. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю оцінки потенційних можливостей вітчизняних підприємств у конкурентній боротьбі на зовнішньому ринку. На мікрорівні для розширення експортної діяльності актуальними завданнями є розроблення стратегії розвитку виробничого підприємства-експортера, обґрунтування вибору оптимальних варіантів управлінських рішень та контроль над їх виконанням, оцінка результатів діяльності підприємства, виявлення причин негараздів і наявних резервів. Запорукою своєчасності та ефективності управлінських рішень є застосування сучасного інструментарію економічного аналізу. Поєднання традиційних підходів, досвіду сучасного зарубіжного та вітчизняного економічного аналізу дасть можливість отримати методики, корисні для управління діяльністю підприємства-експортера.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню експортної діяльності підприємств присвячено багато праць учених-економістів. Питання ідентифікації чинників впливу на розвиток експортної діяльності підприємств досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як І.М. Джадан [10], О.Г. Мельник [17], J. De Loecker [2] M. Kharub

[3]. Різноманітні підходи до оцінювання ефективності експортної діяльності розглядали Т.Г. Бондарева [6], V. Andryshyn [1], Л.М. Ганас, О.І. Дорош, Л.С. Ноджак та О.П. Луцишин [9]. Питання розвитку методик, їх пристосування до вітчизняної практики та необхідність проведення стратегічного аналізу досліджуються у працях С. Дубкова [11], Т.П. Сисоєвої [20], І.В. Бродюка [7] та ін. Проблеми, пов'язані з аналізом та оцінкою експортної діяльності підприємств, знайшли відображення у роботах Ю.М. Федотченко [21], Ж.С. Зосімової [12].

Вивчення робіт зазначених авторів переконує у необхідності врахування під час аналізу зовнішньоторговельної діяльності підприємства як кількісних, так і якісних характеристик зовнішньоекономічних відносин та поєднання традиційних економіко-логічних та евристичних підходів.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування вибору методичних підходів до аналізу діяльності виробничого підприємства-експортера, що дадуть змогу виявити його сильні та слабкі сторони, визначити стратегії для розвитку та надати рекомендації щодо розкриття потенціалу виробничого підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним завданням для підприємства-експортера стає постійне підвищення ефективності експортної діяльності для зміцнення загального фінансового стану. Аналіз експортної діяльності підприємства передбачає застосування набору різноманітних методів і засобів, базується на певних теоретичних принципах та методологічних підходах.

Для здійснення аналізу підприємства-експортера необхідно роз'яснити значення поняття «експорт». Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», експортом є «продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів» [19]. Загальна методика дослідження діяльності виробничого підприємства-експортера повинна враховувати сутність зовнішньоекономічних явищ і завдання дослідження.

Науковці О. Маслак та В. Жежуха [15] пропонують послідовні етапи проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення мети й завдань аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства; розроблення гіпотези й теоретичних передумов дослідження; складання програми аналізу та визначення методів дослідження; збір інформації обробка та представлення висновків за результатами аналізу. На думку А. Вічевич та О. Максимець [8], аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства як наука – це система знань про методи дослідження зовнішньоекономічних зв'язків даними обліку, звітності та іншої економічної інформації країни, регіону та підприємства. Автори виокремлюють такі показники аналізу: абсолютні показники (обсяг експорту (реекспорту), обсяг імпорту (реімпорту), обсяг зовнішньоекономічного обороту); відносні показники (індекс динаміки експорту та імпорту, індекс стану балансу); показники структури (товарна структура експорту та імпорту, географічна та інституціональна структура зовнішньоекономічних відносин); показники ефективності (економічна ефективність експорту та імпорту) [9]. Кількісні показники відображають кількісні зміни у сфері зовнішньоекономічної діяльності або загальні обсяги зовнішньоекономічних операцій; якісні ж характеризують раціональність коштів у зазначеній сфері відносин. О. Маслак та В. Жежуха стверджують, що для аналізу зовнішньоекономічної діяльності варто використовувати як вартісні показники, представлені у грошовому виразі, так і натуральні, представлені у натуральних величинах [15].

Для аналізу експорту підприємства науковці зазвичай використовують традиційні економіко-логічні методи, до яких належать порівняння, узагальнення, групування, метод абсолютних та відносних величин, метод середніх величин, елімінування.

Нами запропоновано поєднання економіко-логічних методів із методами стратегічного аналізу, які ще недостатньо висвітлені науковцями та дослідниками стосовно експортної діяльності виробничих підприємств, а саме: факторний аналіз, SPACE-аналіз та діаграма Ісікави.

Згідно з теоретичними положеннями і практичним досвідом [4; 8; 20], метод SPACE (Strategic Position and Action Evaluation – оцінка стратегічного становища та дій) призначений для аналізу позиції на ринку і вибору оптимальної стратегії для підприємств. До переваг SPACE-аналізу належать: зрозуміла логіка проведення аналізу; відносна швидкість здійснення оцінки; можливість визначення укрупнених стратегічних позицій та наочність представлення отриманих результатів і рекомендацій із вибору напрямів дій. Серед недоліків цього методу виокремлюють: необґрунтованість критеріїв, що входять до складу факторів матриці; представлення неповного переліку стратегічних позицій організації; використання бальних експертних оцінок для оцінювання деяких кількісних показників [17]. Незважаючи на вказані недоліки SPACE-аналізу, наявність його переваг дає змогу враховувати широкий спектр чинників зовнішнього оточення та внутрішнього потенціалу підприємств і визначати їхню позицію на ринку. Методика побудови матриці передбачає чотири координати оцінки: FS (financial strength) – визначає фінансове становище фірми, CA (competitive advantage) – її конкурентні переваги, ES (envi-

ronmental stability) – характеризує ступінь стабільності зовнішнього середовища, IS (industry strength) – визначає привабливість (силу) даної галузі. Координати FS і CA оцінюють внутрішню стратегічну позицію (Internal Strategic Position), а координати ES і IS – зовнішню (External Strategic Position). На підставі вивчення теоретичних положень і практичного досвіду сформовано фактори визначення ринкової позиції та базової стратегії підприємства, перелік яких повинен якнайкраще описувати вищенаведені координати (табл. 1).

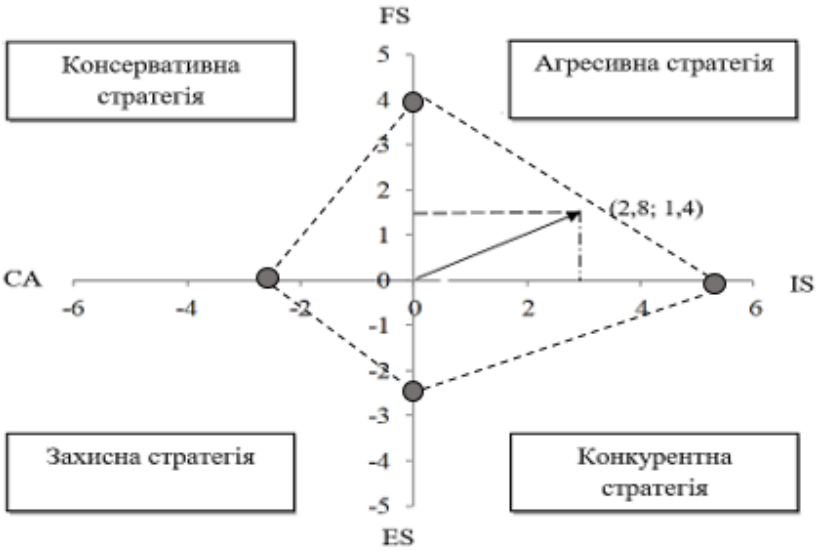


Рис. 1. Матриця SPACE-аналізу виробничого підприємства-експортера

Джерело: розроблено авторами за підходами [4]

Числове значення для кожного фактора групи факторів: FS (фінансове становище фірми) і IS (привабливість галузі) встановлюється в діапазоні від +1 (найгірше значення) до +6 (оптимальне значення). Числове значення для кожного фактора групи факторів ES (ступінь стабільності зовнішнього середовища) і CA (конкурентні переваги фірми) встановлюється в діапазоні від -1 (оптимальне значення) до -6 (найгірше значення). Вибір числових значень факторів здійснюється експертним шляхом. Розрахунок середнього значення для кожної групи факторів (FS, CA, IS і ES) проводимо шляхом підсумовування числових значень факторів кожної групи і ділення одержаної суми на число факторів у групі. Методика SPACE-аналізу була апробована на одному з виробничих підприємств-експортерів (табл. 2).

У результаті отримуємо два позитивних числа (для групи факторів FS і IS) і два від'ємних числа (для групи факторів CA, і ES). З'єднуючи визначені середні значення, відображається чотиристоронній багатокутник, який відображає вагу та напрям конкретної оцінки. Стратегічна позиція визначається додаванням двох очок на осях, що знаходяться один проти одного, щоб отримати напрямний вектор, що вказує на певне місце в діаграмі (рис. 1) [4]. Відповідно до розрахунків табл. 2, координати на площини становлять (2,8; 1,4):

$$X = CA + IS = -2{,}6 + 5{,}4 = 2{,}8 \quad (1)$$

$$Y = FS + ES = 4 + (-2{,}6) = 1{,}4 \quad (2)$$

Положення даного вектору відповідає агресивній позиції, із чого випливає висновок, що компанії слід дотримуватися агресивного методу ведення конкурентної боротьби. У теорії SPACE-аналізу представлено такі рекомендації щодо стратегії компанії, яка знаходиться в агресивній позиції:

1. Інвестування в інновації для підтримки і збільшення конкурентної переваги (у даному контексті розглядаються не тільки інновації, пов'язані з продуктом або послугою, а й управлінські інновації).

Таблиця 1

Фактори, що визначають стратегічну позицію виробничого підприємства-експортера

ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ВНУТРІШНЮ СТРАТЕГІЧНУ ПОЗИЦІЮ	ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЗОВНІШНЮ СТРАТЕГІЧНУ ПОЗИЦІЮ
FS (фінансове становище фірми)	ES (ступінь стабільності зовнішнього середовища)
- Рентабельність продукції - Рівень податкового навантаження - Вартість робочої сили - Легкість виходу з ринку - Рівень фінансового ризику	- Рівень державного регулювання - Стадія життєвого циклу галузі - Рівень монополізації - Перепони до доступу на ринок - Зміни попиту - Тиск конкурентів
CA (конкурентні переваги)	IS (привабливість галузі)
- Якість продукції - Ділова репутація підприємства - Частка ринку, контрольована підприємством - Прихильність споживачів до продукції - Технологічний рівень - Новизна (оновлення) асортименту	- Легкість входження на ринок - Фінансова стабільність - Маркетингові та рекламні можливості - Потенціал росту - Потенціал прибутку

Джерело: складено авторами за [4; 8; 16; 17; 20]

Таблиця 2

SPACE-аналіз виробничого підприємства-експортера

Критерії	Оцінка					
FS (фінансове становище фірми)						
Рентабельність продукції	1	2	3	4	5	***6***
Рівень податкового навантаження	1	2	3	***4***	5	6
Вартість робочої сили	1	2	***3***	4	5	6
Легкість виходу з ринку	1	***2***	3	4	5	6
Рівень фінансового ризику	1	2	3	4	***5***	6
Загальна оцінка критерію						4
CA (конкурентні переваги)						
Якість продукції	***-1***	-2	-3	-4	-5	-6
Ділова репутація підприємства	-1	***-2***	-3	-4	-5	-6
Частка ринку, контрольована підприємством	-1	-2	-3	***-4***	-5	-6
Прихильність споживачів до продукції	-1	-2	***-3***	-4	-5	-6
Технологічний рівень	-1	-2	***-3***	-4	-5	-6
Новизна (оновлення) асортименту	-1	-2	***-3***	-4	-5	-6
Загальна оцінка критерію						-2,6
ES (ступінь стабільності зовнішнього середовища)						
Рівень державного регулювання	-1	-2	***-3***	-4	-5	-6
Стадія життєвого циклу галузі	-1	-2	-3	***-4***	-5	-6
Рівень монополізації	-1	-2	-3	***-4***	-5	-6
Перепони до доступу на ринок	-1	***-2***	-3	-4	-5	-6
Зміни попиту	-1	***-2***	-3	-4	-5	-6
Тиск конкурентів	***-1***	-2	-3	-4	-5	-6
Загальна оцінка критерію						-2,6
IS (привабливість галузі)						
Легкість входження на ринок	1	2	3	***4***	5	6
Фінансова стабільність	1	2	3	4	5	***6***
Маркетингові та рекламні можливості	1	2	3	4	***5***	6
Потенціал росту	1	2	3	4	5	***6***
Потенціал прибутку	1	2	3	4	5	***6***
Загальна оцінка критерію						5,4

Джерело: складено та розраховано авторами

2. Постійний моніторинг дій конкурентів із метою створення альтернативної пропозиції слідом за ініціативою конкурента.

3. Агресивна політика, спрямована на збільшення частки ринку.

4. Зростання разом із ринком.

Таким чином, аналізованому виробничому підприємству, що здійснює експортну діяльність, необхідно вибрати стратегію «Агресивність», сутність якої полягає у тому, що потрібно одночасно зробити прибутковість і споживчу цінність товарів та послуг вищою за середній показник у галузі [13].

Для аналізу та прогнозу результатів експортної діяльності виробничого підприємства запропоновано розрахувати вплив факторів, відображених через відповідні незалежні змінні (показники) виробничої діяльності підприємств, на величину результуючого показника за допомогою факторного аналізу. Факторний аналіз – це метод дослідження економіки і виробництва, в основі якого лежить аналіз дії різноманітних чинників на результати економічної діяльності, її ефективність [14]. Основою факторного аналізу є побудова факторної моделі, в якій фактори повинні знаходитися в причинно-наслідкових зв'язках із досліджуваним показником. Факторна модель, побудована таким чином, має економічну інтерпретацію, що сприяє проведенню аналізу та оцінки впливу кожного фактора на формування фінансових результатів підприємства.

Важливим етапом аналізу експортної діяльності є аналіз впливу експорту на фінансові результати підприємства, насамперед на прибуток. Величина чистого прибутку підприємства формується під впливом таких факторів:

ЧП = В – С + ОД – АВ – ЗВ – ОВ + ФД – ФВ – ПП, (3)

де ЧП – чистий прибуток;
В – виручка від реалізації продукції – x1;
С – собівартість реалізованої послуг – x2;
ОД – інші операційні доходи – x3;
АВ – адміністративні витрати – x4;
ЗВ – витрати на збут – x5;
ОВ – інші операційні витрати – x6;
ФД – інші фінансові доходи – x7;

ФВ – фінансові витрати – x8;

ПП – податок на прибуток – x9.

Для подальших розрахунків представимо формулу (3) у зміненому вигляді:

ЧП = x1 – x2 + x3 – x4 – x5 – x6 + x7 – x8 – x9 (4)

Для проведення факторного аналізу складемо таблицю з даними аналізованого підприємства-експортера за 2017–2018 рр. (табл. 3). Джерелом інформації є Звіт про фінансові результати досліджуваного виробничого підприємства за 2018 р.

Проаналізуємо вплив кожного з факторів на прибуток виробничого підприємства у 2017–2018 рр. (табл. 4). Проведення факторного аналізу відбувається способом ланцюгових підстановок. Спосіб ланцюгових підстановок полягає в отриманні низки проміжних значень результативного показника шляхом поетапної заміни базисних значень факторних показників їх фактичними значеннями, послідовна різниця яких дорівнює зміні результативного показника під впливом відповідного фактора. Спосіб ланцюгових підстановок є універсальним і може використовуватися для всіх видів факторних моделей [14].

Виходячи з аналізу впливу статей фінансової звітності на прибуток, можна сказати, що в аналізованому періоді факторами, які найбільшою мірою вплинули на величину чистого прибутку, є інші операційні доходи, фінансові витрати, виручка від реалізації продукції, собівартість реалізованої продукції. Оскільки експорт входить до складу виручки від реалізації продукції, то можна дійти висновку, що експортні операції відіграють суттєву роль у формуванні прибутку виробничого підприємства. Якщо підприємство реалізує продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, для факторного аналізу необхідне виділення доходів та витрат, пов'язаних саме з експортом продукції.

Корисним інструментом для дослідження та встановлення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між факторами та наслідками у проблемних ситуаціях є діаграма Ісікави. Розроблена професором Каору Ісікавою схема як інструмент якості завдяки наочності та придатності до організації знань знайшла широке застосування в економічних дослідженнях [18]. Побудова діаграми Ісікави проводиться за такими етапами: виявлення та збір усіх факторів та причин, що мають вплив на досліджуваний результат; групування факторів за змістовними та причинно-наслідковими блоками; ранжирування цих факторів усередині кожного блоку; аналіз діаграми.

Основні фактори, що впливають на експортну діяльність, можна поділити на внутрішні та зовнішні [11]. До внутрішніх факторів відносяться:

Таблиця 3

Аналізовані показники в 2017–2018 рр., тис грн

Показник	2017	2018
Виручка від реалізації продукції (x1)	327 576	331 550
Собівартість реалізованої продукції (x2)	307 000	310 928
Інші операційні доходи (x3)	1 928	7 848
Адміністративні витрати (x4)	2 168	2 604
Витрати на збут (x5)	6 795	8 468
Інші операційні витрати (x6)	8 387	7 647
Інші фінансові доходи (x7)	404	412
Фінансові витрати (x8)	518	4 625
Податок на прибуток (x9)	920	997

Джерело: авторські розрахунки

Таблиця 4

Факторний аналіз прибутку виробничого підприємства-експортера за 2017–2018 рр., тис грн

№	Період	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	ЧП	Вплив
1.	2017	327576	-307000	1928	-2168	-6795	-8387	404	-518	-920	4120	–
2.	Ум.* 1	331550	-307000	1928	-2168	-6795	-8387	404	-518	-920	8094	3 974
3.	Ум. 2	331550	-310928	1928	-2168	-6795	-8387	404	-518	-920	4166	-3 928
4.	Ум. 3	331550	-310928	7848	-2168	-6795	-8387	404	-518	-920	10086	5 920
5.	Ум. 4	331550	-310928	7848	-2604	-6795	-8387	404	-518	-920	9650	-436
6.	Ум. 5	331550	-310928	7848	-2604	-8468	-8387	404	-518	-920	7977	-1 673
7.	Ум. 6	331550	-310928	7848	-2604	-8468	-7647	404	-518	-920	8717	740
8.	Ум. 7	331550	-310928	7848	-2604	-8468	-7647	412	-518	-920	8725	8
9.	Ум. 8	331550	-310928	7848	-2604	-8468	-7647	412	-4625	-920	4618	-4 107
10.	2018	331550	-310928	7848	-2604	-8468	-7647	412	-4625	-997	4541	-77

*Ум. – умовний показник.

Джерело: авторські розрахунки

Рис. 2. Діаграма Ісікави: вплив факторів на експортну діяльність виробничого підприємства

Джерело: складено авторами

– виробничі: внутрішньовиробничі – рівень якості продукції та відповідність вітчизняним та міжнародним стандартам; ресурсні – наявність достатньої кількості ресурсів для широкої діяльності на зовнішніх ринках; технологічні – рівень технічного забезпечення;

– соціально-психологічні – надійність контрагентів під час виконання домовленостей;

– інформаційні – наявність своєчасної інформації щодо експортної діяльності та методичного забезпечення аналізу; наявність центрів із підготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів.

До зовнішніх належать:

– політичні – наявність державної підтримки; воєнні конфлікти;

– законодавчо-правові – необхідність ліцензування експорту, досконалість законодавчої бази, відповідність законодавства України міжнародним вимогам;

– економічні – наявність системи кредитування та страхування, досконала банківська система, інвестиції в експортоорієнтовані галузі, рівень цін на ринку, рівень конкуренції між виробниками.

Взаємозв'язок експорту та факторів, що на нього впливають, представлено на рис. 2.

На основі діаграми Ісікави визначимо значення факторів, що впливають на експортну діяльність підприємства. За допомогою оцінки експертів шість груп факторів (X1 – виробничі, X2 – соціально-психологічні, X3 – інформаційні, X4 – політичні, X5 – законодавчо-правові, X6 – економічні) ранжирують, що полягає у розстановці розглянутих факторів за ступенем зменшення їх значущості. Особливістю методу експертних оцінок є те, що він проводиться на науковій основі й обробка результатів опитування експертів здійснюється за допомогою методів математичної статистики. Для отримання експертних оцінок нами використовувалося анкетне опитування. Метод анкетного опитування полягає у тому, що експерту пропонується для заповнення анкета, яка містить набір запитань, кожне з яких логічно пов'язане із центральним завданням дослідження. Зокрема, пропонувалося дати відповіді на запитання щодо оцінки факторів впливу на експортну діяльність підприємства. Для опитування було вибрано 10 незалежних експертів. Для того щоб визначити найбільш значущий фактор, необхідно виконати такі розрахунки:

1. Розрахуємо середню суму рангів:

$$S_i = \sum_{J=1}^{m} R_{iJ}, \qquad (5)$$

де m – чисельність фахівців у групі аналізів;

R_{iJ} – ранг і-го параметра, визначений j-м експертом.

2. Розрахуємо коефіцієнт значущості кожного з факторів (k_i):

$$k_i = \frac{mn - S_i}{0{,}5mn(n-1)}, \qquad (6)$$

де n – сума рангових оцінок по вертикалі.

Аналіз впливу факторів на експортну діяльність виробничого підприємства методом експортних оцінок наведений у табл. 5.

Аналіз на основі експортних оцінок дає можливість визначити вплив факторів на експортну діяльність виробничого підприємства. У результаті розрахунку сили впливу виробничих факторів на експортну діяльність з'ясовано, що найбільший вплив мають виробничі, економічні та політичні фактори. Це дає змогу зробити висновок, що здійснення ефективної експортної діяльності підприємства можливе лише в умовах високого рівня якості продукції, наявності достатньої ресурсної, високотехнологічної бази та сприятливого інвестиційного середовища. Інші менш впливові фактори

Таблиця 5

Вплив факторів на експортну діяльність виробничого підприємства

Шифр експерта	Рангові оцінки факторів, які впливають на експортну діяльність						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	∑
1	1	5	6	4	3	2	21
2	1	6	5	3	2	4	21
3	1	5	6	4	2	3	21
4	2	6	4	3	5	1	21
5	1	3	6	4	5	2	21
6	2	5	3	4	6	1	21
7	3	2	6	1	5	4	21
8	1	5	6	2	4	3	21
9	3	6	4	2	5	1	21
10	3	6	5	1	4	2	21
Si	18	49	51	28	41	23	210
$mn\text{-}S_i$	42	11	9	32	19	37	150
k_i	0,28	0,07	0,06	0,21	0,13	0,25	1,00

Джерело: авторські розрахунки

також повинні бути враховані під час планування діяльності виробничого підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Одним із вагомих чинників розвитку економіки будь-якої країни є здійснення її суб'єктами господарювання ефективного експорту, стратегічна роль якого полягає у тому, що на основі реалізації конкурентних переваг експорт розширює національні межі і за рахунок додаткових ринків збуту стимулює розширене відтворення, а також є джерелом отримання додаткових прибутків та збільшення національного доходу. Аналіз, що базується на поєднанні економіко-логічних та евристичних підходів, дає можливість виявити сильні та слабкі боки експортної діяльності виробничого підприємства. Проведення такого аналізу підприємствами України підвищить надійність та економічність функціонування і розвитку підприємств, які займаються експортною діяльністю. Сьогодні в Україні розширюються можливості ведення експортної діяльності, тому перш за все необхідно контролювати внутрішньовиробничий аспект діяльності, а саме рівень якості продукції, відповідність вітчизняним та міжнародним стандартам, наявність достатньої кількості ресурсів для широкої діяльності на зовнішніх ринках, та підтримувати належний рівень технічного забезпечення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Andryshyn V. Methodological approaches to investigation of export activity of enterprises. *Stredoevropsky vestnik pro vedu a vyzkum*. 2014. № 9(11). P. 64–68.

2. De Loecker J. Detecting Learning by Exporting. *American Economic Journal: Microeconomics.* 2013. № 5(3). P. 1–21. DOI: 10.1257/mic.5.3.1

3. Kharub M., Sharma R. Comparative analyses of competitive advantage using Porter diamond model (the case of MSMEs in Himachal Pradesh). *Competitiveness Review*. 2017. Vol. 27. № 2. P. 132–160. DOI: 10.1108/cr-02-2016-0007

4. Radder L., Louw L. The SPACE matrix: A tool for calibrating competition. *Long Range Planning*. 1998. Vol. 4. P. 549–559. DOI: 10.1016/S0024-6301(98)80048-4

5. World Bank Open Data. *The WorldBank* : веб-сайт. URL : http://data.worldbank.org/ (дата звернення: 29.09.2019).

6. Бондарєва Т.Г., Нагавичко І.П. Роль аналізу фінансової звітності для перспективного планування діяльності підприємств. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. *Економічні науки.* 2016. Вип. 2. С. 20–28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvgp_ekon_2016_2_5 (дата звернення: 28.08.2019).

7. Бродюк І.В. Стратегічний аналіз інвестиційного розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2015. № 4. С. 131–133.

8. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2009. 216 с.

9. Особливості застосування полікритеріальної моделі вибору індикаторів при оцінюванні ефектів від діяльності на іноземних ринках / Л.М. Ганас та ін. *Економіка та держава.* 2019. № 3. С. 118–123. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.3.118

10. Джадан І.М. Підходи до трактування сутності міжнародної стратегії маркетингу промислового підприємства. *Technology audit and production reserves*. 2014. № 6(2). С. 7–12. DOI: 10.15587/2312-8372.2014.31164

11. Дубков С. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий. *Банковский вестник*. 2011. № 28(537). С. 29–35. URL: http://www.nbrb.by/bv/articles/8816.pdf (дата звернення: 11.12.2019).

12. Зосимова Ж.С. Проблеми та умови покращення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2_29.pdf (дата звернення: 11.12.2019).

13. Зуб А.Т. Эффективность стратегических решений. *Содружество.* 2016. № 3. С. 9–13.

14. Ліпич Л., Волинець І. Деякі аспекти управління виробничою діяльністю підприємств. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 2. С. 44–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2015_2_10 (дата звернення: 10.12.2019).

15. Маслак О.О., Жежуха В.Й. Облік, аналіз та аудит проведення зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2011. 400 с.

16. Мельник О.Г., Нагірна М.Я. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 63–66.

17. Метод SPACE. *Аналітичний центр «Концепт»* : вебсайт. URL: http://old.acconcept.ru/strategy/space.html (дата звернення: 25.11.2019).

18. Остапенко О.М. Застосування діаграми Ісікави для встановлення причин збитковості сільськогосподарських товаровиробників. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 1. С. 39–46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2017_1_7 (дата звернення: 02.12.2019).

19. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16 квітня 1991 р. / Верховна Рада України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12 (дата звернення: 28.11.2019).

20. Сисоєва Т.П. Формування та розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіонів України в умовах глобалізації (на прикладі Київської області) : дис. … канд. екон. наук : 08.00.05. Київ, 2014. 120 с.

21. Федотченко Ю.М. Аналіз методичних підходів щодо управління експортним потенціалом підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 16. С. 147–149. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uproz_2013_16_59.pdf (дата звернення: 13.12.2019).

REFERENCES:

1. Andryshyn V. (2014) Methodological approaches to investigation of export activity of enterprises. *European journal for science and research "Středoevropský věstník pro vědu a výzkum"* [Central European Science and Research Journal]. Praha, vol. 9(11), pp. 64–68.

2. De Loecker J. (2013) Detecting Learning by Exporting. *American Economic Journal: Microeconomics,* vol. 5(3), pp. 1–21. DOI: 10.1257/mic.5.3.1

3. Kharub M., Sharma R. (2017) Comparative analyses of competitive advantage using Porter diamond model (the case of MSMEs in Himachal Pradesh). *Competitiveness Review*, vol. 27(2), pp. 132–160. DOI: 10.1108/cr-02-2016-0007

4. Radder L., Louw L. (1998) The SPACE matrix: A tool for calibrating competition. *Long Range Planning,* vol. 31, pp. 549–559. DOI:10.1016/S0024-6301(98)80048-4

5. World Bank Open Data. *The World Bank.* Available at: http://data.worldbank.org (assessed 29 September 2019).

6. Bondareva T. G. (2016) Rol analizu finansovoyi zvitnosti dlya perspektivnogo planuvannya diyalnosti pidpriemstv [The Role of Financial Reporting Analysis for Prospective Business Planning]. *Bulletin of the National University of Water Management and Nature Management. Economic sciences*, no. 2, pp. 20–28. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvgp_ekon_2016_2_5 (assessed 08 August 2019).

7. Brodyuk I.V. (2015) Strategichniy analiz investitsiynogo rozvitku pidpriemstva [Strategic analysis of enterprise investment development]. *Economy and the state*, no 4, pp. 131–133.

8. Vichevich A. M., Maksimets O.V. (2009) Analiz zovnishnoekonomichnoyi dIyalnosti [Analysis of foreign economic activity]. Kyiv, Professional Publishing House, 216 p. (in Ukrainian)

9. Hanas L., Dorosh O., Nodzhak L., Lutsyshyn O. (2019) Osoblyvosti zastosuvannia polikryterial'noi modeli vyboru indykatoriv pry otsiniuvanni efektiv vid diial'nosti na inozemnykh rynkakh [The pecularities of the use of the polycriterial model of indicators' selection in evaluating the effects of activities at foreign markets]. *Economy and the state*, no 3, pp. 118–123. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.3.118

10. Dzhadan I. M. (2014) Pidhodi do traktuvannya sutnosti mizhnarodnoyi strategiyi marketingu promislovogo pidpriemstva [Approaches to the interpretation of the essence of the international marketing strategy of an industrial enterprise]. *Technology audit and production reserves*, no 6, pp. 7–12. DOI: 10.15587/2312-8372.2014.31164

11. Dubkov S. (2011) Formirovanie i otsenka eksportnogo potentsiala promyishlennyih predpriyati [Formation and assessment of the export potential of industrial enterprises]. *Bankovskyj vestnyk* [*Bank Gazette*], no 28, pp. 28–35. URL: http://www.nbrb.by/bv/articles/8816.pdf (assessed 11 December 2019).

12. Zosimova Zh. S. (2013) Problemi ta umovi pokraschennya zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti vitchiznyanih pidpriemstv [Problems and Considerations for Shortcomings in Economic and Social Issues]. *Economy. Management. Innovation* (electronic journal), no 2. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2_29.pdf (assessed 11 December 2019).

13. Zub A. T. (2013) Effektivnost strategicheskih resheniy [Effectiveness of strategic decisions]. *Commonwealth Science Journal*, no 3, pp. 9–13.

14. Lipich L. (2015) Deyaki aspekti upravlinnya virobnichoyu dIyalnistyu pidpriemstv [Some aspects of enterprise production management]. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*, no 2, pp. 44–49. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2015_2_10 (assessed 10 December 2019).

15. Maslak O. O. (2011) Oblik, analiz ta audit provedennya zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti [Accounting, analysis and audit of foreign economic activity]. Kyiv: Karavela, 400 p. (in Ukrainian)

16. Melnik O. G. (2013) Diagnostika faktoriv vplivu na eksportnu diyalnist pidpriemstva [Diagnosis of factors influencing the export activity of the enterprise]. *Innovative economy,* no 5, pp. 63–66.

17. Metod SPACE [SPACE method]. *Analytical Center "Concept".* Available at: http://old.acconcept.ru/strategy/space.html (assessed 25 November 2019).

18. Ostapenko O. M. (2017) Zastosuvannya diagrami isikavi dlya vstanovlennya prichin zbitkovosti silskogospodarskih tovarovirobnikiv [Application of the Ishikawa Diagram for Determining the Causes of Agricultural Producer Loss]. *Bulletin of the Zaporizhzhya National Uni-*

versity. Economic sciences, no 1, pp. 39–46. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2017_1_7 (assessed 02 December 2019).

19. Pro zovnishnoekonomichnu diyalnist : Zakon Ukrainy [The Law of Ukraine [On foreign economic activity: Law of Ukraine]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12 (assessed 28 November 2019).

20. Sisoeva T. P. (2014) Formuvannya ta rozvitok zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti regioniv ukrayini v umovah globalizatsiyi (na prikladi Kiyivskoyi oblasti) [Formation and development of foreign economic activity of regions of Ukraine in the conditions of globalization (on the example of the Kiev region)]. Dis. Cand. Sciences: 08.00.05. Kiev, 120 p.

21. Fedotchenko Yu. M. (2013) Analiz metodichnih pidhodiv schodo upravlinnya eksportnim potentsialom pidpriemstva [Analysis of methodological approaches to managing the export potential of the enterprise]. *Management development,* no 16, pp. 147–149. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uproz_2013_16_59.pdf (assessed 13 December 2019).

Trostianska Karyna
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Statistics, Accounting
and Economic Informatics
Oles Honchar Dnipro National University
Khapilina Karyna
Student
Oles Honchar Dnipro National University

ECONOMIC AND LOGISTIC AND HEURISTIC APPROACHES IN THE ANALYSIS OF THE EXPORT ACTIVITY OF THE MANUFACTURING ENTERPRISE

The purpose of the article. The export activity of manufacturing enterprises plays a significant role in the recovery and development of the Ukrainian economy. The relevance of the study is due to the need to assess the potential of domestic enterprises in competition in the foreign market. The purpose of the study is to substantiate the choice of methodological approaches to the analysis of the activity of the exporting manufacturing enterprise, which will identify its strengths and weaknesses, identify strategies for development and provide recommendations for unlocking the potential of the manufacturing enterprise.

Methodology. The methodological basis of the study are economic and logical methods and approaches: comparison methods, methods of elimination, methods of theoretical and empirical research, which include analysis and generalization. The elimination method for determining each factor on the resultant indicator of the net profit of the exporting enterprise is considered. Generalization and grouping methods have been applied to justify the importance of factors affecting product exports. Heuristic approaches have been applied in determining the influence of factors on the export activity of a manufacturing enterprise and in plotting Ishikawa. The graphical method was used for visual presentation of the analyzed data.

Results. The article deals with specific economic, logical and heuristic methods, that are not yet sufficiently covered by scientists and researchers to analyze the export of manufacturing enterprises, namely factor analysis, SPACE analysis and Ishikawa diagram. The position of the SPACE analysis vector has been identified, which shows that the company should follow an aggressive method of competition. Recommendations were made on the aggressive position of the company: investing in innovation to support and increase competitive advantage, constantly monitoring competitors' actions to create an alternative proposal following a competitor's initiative, aggressive policies aimed at increasing market share, growing with the market. A factor analysis of the profit of the manufacturing enterprise was considered and it was proved that the profit is most influenced by the sales revenue and the cost of the services provided. Due to the fact that export is a part of sales revenue, it can be concluded that export operations play a significant role in shaping the profits of manufacturing enterprises. An Ishikawa diagram was constructed, which is formed into the following stages: identification and collection of all factors and causes that have an impact on the result being investigated; grouping of factors by meaningful and causal blocks; ranking these factors within each block; chart analysis. With the help of the chart made, the calculation of the force of influence of manufacturing factors on export activity has led to the conclusions that the implementation of effective export activity is possible only in the presence of sufficient resource, high-tech base and a positive investment environment, which must be created, first of all, inside the enterprise. Also, it was suggested to pay attention to other, less influential indicators, which allow to improve the quality of manufacturing and the efficiency of planning the activities of manufacturing enterprises.

Practical implications. The article offers a systematic, comprehensive study, calculation and generalization of the influence of factors on the export activity of a manufacturing enterprise. It is established that the factors of efficiency of the export activity of the enterprise provide an opportunity to evaluate its condition and to choose the appropriate directions for its improvement. The proposed SPACE-analysis matrix for exporting companies clearly illustrates the necessary choice of strategy for successful entry into the foreign market. The practical value of the results obtained is to carry out a consistent analysis of the activity of the manufacturing enterprise and to provide proposals for improving export activity at the expense of its own internal resources. Research findings can be used by manufacturing companies to analyze activities and implement recommendations to improve export operations.

Value/originality. The originality of the approach is to combine traditional economic, logical and heuristic approaches to formulate methods for comprehensive analysis of the export activity of a manufacturing enterprise in order to improve its management.

ВИДИ ЗЕМЛЕВПОРЯДНИХ РОБІТ ТА АНАЛІЗ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

TYPES OF LAND MANAGEMENT WORKS AND ANALYSIS OF THEIR EFFECTIVENESS

УДК 332.3
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-64

Шацкова Л.П.
к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Пшенична Т.А.
магістр
Одеський національний політехнічний університет
Лазєєв М.Є.
магістр
Одеський національний політехнічний університет

У статті виділено основні групи землевпорядних робіт: вишукувальні роботи та проєктні роботи. У розрізі груп розглянуто види землевпорядних робіт. Розроблено методику комплексного аналізу ефективності землевпорядних робіт підприємства за двома складниками: ефективністю землевпорядного виробництва та ефективністю застосування даних землевпорядної діяльності. Аналіз ефективності застосування даних землевпорядної діяльності здійснюється за такими напрямами: аналіз економічної ефективності, аналіз екологічної ефективності, аналіз соціальної ефективності, аналіз організаційно-технологічної ефективності, аналіз інформаційної ефективності. Аналіз ефективності землевпорядного виробництва здійснюється за такими напрямами: аналіз чинників зовнішнього середовища, аналіз ресурсів, аналіз організаційно-технологічних чинників, аналіз якості землевпорядних послуг, аналіз доходів та витрат землевпорядного виробництва.

Ключові слова: *землевпорядні роботи, вишукувальні роботи, проєктні роботи, ефективність, аналіз.*

В статье выделены основные группы землеустроительных работ: изыскательские работы и проектные работы. В разрезе групп рассмотрены виды землеустроительных работ. Разработана методика комплексного анализа эффективности землеустроительных работ предприятия по двум составляющим: эффективности землеустроительного производства и эффективности применения данных землеустроительной деятельности. Анализ эффективности применения данных землеустроительной деятельности осуществляется по следующим направлениям: анализ экономической эффективности, анализ экологической эффективности, анализ социальной эффективности, анализ организационно-технологической эффективности, анализ информационной эффективности. Анализ землеустроительного производства осуществляется по следующим направлениям: анализ факторов внешней среды, анализ ресурсов, анализ организационно-технологических факторов, анализ качества землеустроительных услуг, анализ доходов и расходов землеустроительного производства.

Ключевые слова: *землеустроительные работы, изыскательские работы, проектные работы, эффективность, анализ.*

The article identifies the main groups of land management works: prospecting works and design work. It is determined that the current legislation does not contain legal provisions for the division of land management works into separate types. The author's vision of types of land management works in the context of groups is presented. Investigating the experience in the scientific and professional literature on the analysis of land management activities, it was determined that there is no methodology for comprehensive analysis of the efficiency of land management works of the enterprise. Therefore, the methodology of complex analysis of the efficiency of land management works of the enterprise in two components was developed: efficiency of land management production and efficiency of the use of data of land management activities. The analysis of the effectiveness of the use of land management data is carried out in the following areas: analysis of economic efficiency, analysis of environmental efficiency, analysis of social efficiency, analysis of organizational and technological efficiency, analysis of information efficiency. The analysis of the efficiency of land management production is carried out in the following areas: analysis of environmental factors; resource analysis; analysis of organizational and technological factors; quality analysis of land management services; analysis of land revenue production and expenses. The choice of a system of indicators will be determined by the following factors: to determine the effectiveness of land management works; the chosen criterion of effectiveness; a certain type of effect; availability of sufficient reliable source data; opportunity (in time and cost) to carry out detailed economic calculations. The use of the developed methodology for the analysis of the efficiency of land management works carried out by enterprises in the field of land management will allow to obtain comprehensive information about the efficiency of land management activities of the enterprise and to improve the quality of making informed management decisions.

Key words: *land management works, prospecting works, design works, efficiency, analysis.*

Постановка проблеми. Землевпорядкування та оцінка земель є найважливішими інструментами регулювання земельних відносин в Україні. Найближчим заходом земельної реформи в Україні на 2020–2025 рр. буде відкриття ринку сільськогосподарських земель, це накладає свій відбиток і на характер землевпорядної діяльності: мають відбутися відповідні зміни у змісті та формах проведення землевпорядних робіт. Цей безперервний процес змін законодавства щодо земельних відносин та недостатність практичних розробок викликають багато проблем щодо побудови ефективної системи аналітичного забезпечення землевпорядної діяльності та вимагає проведення подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чинний Закон України «Про землеустрій» [1] не містить правових положень щодо поділу землевпорядних робіт на окремі види, також не існує єдиного погляду на це питання серед науковців. Досліджуючи напрацювання у науковій і професійній літературі з питань аналізу ефективності землевпорядних робіт, серед яких можна виділити праці науковців Г. Грещук, А. Мартина, Л.Я. Новаковського, А.М. Третяка, В.К. Ярмолицького [2–4; 6; 7], з'ясовано, що в методиках аналізу ефективності землевпорядних робіт обмежувалися аналізом окремних аспектів землевпорядної діяльності або пропонували методику аналізу ефективність застосування даних землевпорядної діяльності. Отже, визначено відсутність методики комплексного аналізу ефективності землевпорядних робіт підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є типологізація видів землевпорядних робіт та роз-

роблення методики комплексного аналізу ефективності землевпорядних робіт підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Землевпорядна діяльність – це багатогранна діяльність, яка охоплює різноманітні дії, що різняться між собою завданням, змістом, методами проєктування (розроблення) і реалізації необхідних чи доцільних змін у функціонуючій системі використання земель. Важливою рисою землевпорядної діяльності є виділення видів землевпорядних робіт.

Узагальнюючи, можна виділити дві основні групи робіт, що надаються у галузі землевпорядкування: вишукувальні роботи та проєктні роботи, які представлено на рис. 1.

Вишукувальні роботи – це комплекс дій із вивчення й обстеження об'єктів проектування з метою одержання необхідних даних для складання землевпорядної технічної документації і проєктів землеустрою. До вишукувальних робіт відносять різні види зйомок і обстежень території. Землевпорядні вишукувальні роботи залежно від об'єктів вивчення поділяються на види, серед яких можна виділити такі: інженерно-геологічні вишукування, топографічні роботи, геодезичні роботи, аерофотозйомка.

Прикладами інженерно-геологічних вишукувань є відбір зразків ґрунту, проведення хімічного аналізу ґрунтових вод, лабораторні випробування порід, буріння свердловин на ділянці потрібної глибини і кількості. Топографічні роботи містять: створення геопідоснови, створення топографічного плану заданого масштабу; інструментальні виміри для розуміння придатності та відповідності ділянки по площі, похилах, мережах, комунікаціях. Геодезичні роботи містять: розбивку майданчика, встановлення, оновлення і коригуванням меж земельних ділянок у натурі, відмітки гирла свердловин, плями забудови, координат точок буріння,

Рис. 1. Види землевпорядних робіт

винесення будівельних осей. У складі вишукувальних робіт найбільшу питому вагу посідають топографо-геодезичні роботи, які зводяться до наземних геодезичних зйомок. Однак більш прогресивною і перспективною є аерофотозйомка, яка вважається економічно вигіднішою за наземну.

Проєктні роботи із землевпорядкування являють собою обчислювальні і графічні дії з раціонального розміщення на плані земельних ділянок і визначення цифрових величин, які характеризують форму, розміри і розміщення цих ділянок з урахуванням природних та економічних умов об'єктів проєктування. До основних видів землевпорядних проєктних робіт належать:

– розроблення (виготовлення) технічної документації щодо складання документів, які посвідчують: право власності на земельну ділянку; право постійного користування земельною ділянкою; право оренди земельної ділянки; переоформлення права власності на земельну ділянку; право на земельну ділянку у разі поділу або об'єднання земельних ділянок; присвоєння кадастрового номеру земельній ділянці;

– розроблення (виготовлення) проєктів землеустрою: щодо відведення земельних ділянок у власність або оренду; щодо зміни цільового використання земельних ділянок; щодо зміни (розширення) меж населених пунктів;

– інші землевпорядні роботи: установлення на місцевості меж адміністративно-територіальних одиниць; складання схем землеустрою; розроблення нормативно-технічної документації з питань землевпорядних, ґрунтових та інших обстежень із метою отримання земельно-кадастрової інформації; складання земельно-кадастрової документації; складання планів земельно-господарського устрою поселень; оновлення земельно-кадастрових планів та зйомок минулих років; інвентаризація земель усіх категорій.

Землевпорядні роботи пов'язані з їх виконанням у польових та камеральних умовах. Польові роботи – це вишукувальні і проєктні роботи, які виконують безпосередньо на об'єкті проєктування, у полі. Сюди відносять роботи з обстеження земель, складання, погодження і перенесення проєкту землевпорядкування в натуру, які не можуть проводитися інакше як у полі. До польових робіт частково відносять також роботи зі складання проєктів землевпорядкування з розглядом у натурі можливих варіантів розміщення проектних рішень. Камеральні роботи – це роботи з обробки вишукувальних матеріалів, проєктування організації території, оформлення документів, які виконують у приміщеннях землевпорядних підприємств. У процесі камеральних робіт збирають, систематизують, вивчають і оцінюють матеріали для розроблення схем, проєктів та оформлення землевпорядних документів [5].

У ході дослідження з'ясовано, що на землевпорядних підприємствах не здійснюється виявлення взаємозв'язків процесів, визначення чинників, що вливають результати функціонування землевпорядного підприємства, та резервів підвищення ефективності ведення землевпорядної діяльності через відсутність методики аналізу землевпорядних робіт, аналізуються лише окремі аспекти землевпорядної діяльності, тому розроблено методику комплексного аналізу ефективності землевпорядних робіт підприємства (рис. 2). Пропонується аналіз ефективності землевпорядних робіт поділяти на два складника:

– ефективність землевпорядного виробництва;

– ефективність застосування даних землевпорядної діяльності.

Під ефективністю землевпорядних робіт будемо розуміти сукупну ефективність землевпорядного виробництва і застосування землевпорядної інформації учасниками земельного та інформаційного ринків.

Метою аналізу є визначення чинників, що вливають результати функціонування землевпорядного підприємства, та резервів підвищення ефективності ведення землевпорядної діяльності.

Завданнями аналізу ефективності землевпорядних робіт є:

– виявлення та опис взаємозв'язків процесів землевпорядного підприємства;

– визначення співвідношень основних видів землевпорядних робіт;

– виявлення чинників, що визначають результати функціонування землевпорядного підприємства;

– визначення резервів підвищення ефективності ведення землевпорядної діяльності.

Аналіз ефективності землевпорядних робіт необхідно проводити шляхом послідовного вирішення цих завдань, що дає змогу досягти поставленої мети комплексного аналізу ефективності землевпорядної діяльності.

Під час здійснення аналізу повинні виконуватися такі принципи визначення ефективності землевпорядних робіт:

– комплексності – визначення ефективності системою показників, оскільки землевпорядна діяльність є складною структурою і пов'язана з особливим об'єктом – землею;

– раціоналізації структури землевпорядних робіт – визначення недоцільності проведення того чи іншого виду робіт;

– багатоваріантності – визначення за різними методиками відповідно до визначених критеріїв та на основі різних систем показників;

– системності – ведення землевпорядної діяльності не тільки з погляду одного підприємства, а й із позицій системи землеустрою у цілому;

– необхідності врахування фактору часу – динамічність (зміна в часі параметрів землевпорядного

Рис. 2. Методика комплексного аналізу ефективності землевпорядних робіт підприємств

виробництва і його економічного оточення), розрив у часі (лаг між виконаними землевпорядними роботами й отриманням доходів від цього), нерівноцінність різночасних витрат (або результатів) (перевагу віддають більш пізнім витрат і більш раннім результатам);

– необхідності врахування відмінностей джерел прояву ефекту і зроблених витрат – це пов'язано з тим, що витрати можуть здійснюватися в одному місці, а ефект проявлятися в іншому. Наприклад, збільшення витрат на створення автоматизованих робочих місць у землевпорядному виробництві може дати ефект в організаційній структурі підприємства;

– багатоетапності – необхідність аналізу землевпорядної діяльності протягом усіх її стадій, а оцінку результативності виробляти на етапах інвестування, реалізації проєкту і після завершення певних видів робіт;

– порівняності зовнішніх і внутрішніх умов, а також об'єктів аналізу – дотримання умов порівняності не тільки об'єктів аналізу, а й їхніх аналогів і об’єктів порівняння за наявності достовірної інформації про стан аналізованих об’єктів і умов їх функціонування.

Система облікового забезпечення слугує внутрішніми джерелами інформації, що використовуються під час проведення аналізу ефективності землевпорядної діяльності. Інформаційна база для аналізу землевпорядної діяльності представлена в табл. 1.

Вибір системи показників буде визначатися: метою визначення ефективності землевпорядних робіт; вибраним критерієм ефективності; визначеним видом ефекту; наявністю достатнього числа достовірних вихідних даних; можливістю (за часом і коштами) проведення детальних економічних розрахунків.

Аналіз ефективності застосування даних землевпорядних робіт включає: аналіз економічної ефективності, аналіз екологічної ефективності, аналіз соціальної ефективності, аналіз організаційно-технологічної ефективності, аналіз інформаційної ефективності.

Під час аналізу економічної ефективності оцінюється результативність застосування землевпорядної інформації, яка характеризується відношенням отриманого економічного результату до витрат ресурсів, а також досягнення найбільшого обсягу землевпорядного виробництва під час застосування ресурсів певної вартості. Для оцінювання економічної ефективності використовуються результативні показники, до складу яких входять: натуральні показники, що характеризують вихід продукції на одиницю земельної площі, а також приріст продукції за певний період на одиницю площі; вартісні показники – вартість валової продукції з 1 га землі, на 1 грн основних фондів, собівартість 1 ц продукції, вихід валового і чистого доходу на 1 га сільськогосподарських угідь тощо.

Під час аналізу екологічної ефективності оцінюються поліпшення за рахунок здійснення землевпорядної діяльності екологічних умов життя населення (зростання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції, зниження захворюваності населення на території). Для оцінювання екологічної ефективності використовуються показники, до складу яких входять: коефіцієнт екологічної стабільності території; коефіцієнт антропогенного навантаження; зниження забруднення навколишнього середовища; наявність сучасних очисних споруд; рівень ерозійної небезпеки сільськогосподарських культур; баланс гумусу; родючість ґрунту; рівень еродованості земель; частка чистого прибутку підприємства, спрямованого на екологічні заходи; частка екологічно чистої продукції; масштаби використання мінеральних добрив.

Під час аналізу соціальної ефективності оцінюється результат створення сприятливих умов життєдіяльності населення, соціального розвитку суспільства, що отримується в результаті прийняття на основі використання землевпорядної інформації вірних управлінських рішень. Для оцінювання соціальної ефективності використовуються показники, до складу яких входять: питома вага прибутку, спрямованого на соціальні заходи, в загальному обсязі чистого прибутку; величина цього прибутку в розрахунку на одного середньооблікового працівника підприємства.

Під час аналізу організаційно-технологічної ефективності оцінюється результат взаємодії чинників виробництва, що характеризує досягнуту продуктивність. Вона характеризується комплексом натуральних і вартісних показників, що відображають рівень використання земельних, трудових, матеріальних ресурсів у процесі виробництва сільськогосподарських продукції. Зокрема, до них належать такі показники: приріст урожайності сільськогосподарських культур; зниження енергомісткості виробництва сільськогосподарської продукції; приріст валової сільськогосподарської продукції на 1 га угідь, на одного робітника.

Під час аналізу інформаційної ефективності оцінюється результат поліпшення інформаційного забезпечення як системи землевпорядного виробництва, так і її споживачів. Інформаційна ефективність характеризується відношенням

Таблиця 1

Інформаційна база для аналізу ефективності землевпорядної діяльності

Вид інформації	Джерела інформації	
Внутрішня	Первинні документи	Завдання на виконання робіт, календарний план виконання робіт, протокол погодження договірної ціни на виконання робіт, кошторис на виконання робіт, акт виконаних робіт тощо.
	Рахунки бухгалтерського обліку	23 «Виробництво»; 903 «Собівартість реалізованих робіт та послуг», 92 «Адміністративні витрати»; 93 «Витрати на збут»; 94 «Інші витрати операційної діяльності», 703 «Дохід від реалізації робіт та послуг», 71 «Інший операційний дохід», тощо.
	Облікові регістри	Журнал-ордер № 5, Журнал-ордер № 5А.
	Фінансова звітність	Ф. № 1 «Баланс», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. № 5 «Примітки до річної фінансової звітності».
	Інші джерела	Норми і нормативи споживання матеріальних, трудових та інших ресурсів; матеріали обстежень, перевірок, спостережень, нарад; конструкторська і технологічна документація; договори на надання інших послуг тощо.
Зовнішня	дані підприємств-споживачів, дані Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру.	

між витратами і вартісною оцінкою задоволення інформаційних потреб користувачів.

Аналіз ефективності землевпорядного виробництва здійснюється за такими напрямами: аналіз чинників зовнішнього середовища, аналіз ресурсів, аналіз організаційно-технологічних чинників, аналіз якості землевпорядних послуг, аналіз доходів та витрат землевпорядного виробництва.

Під час аналізу чинників зовнішнього середовища оцінюються умови, в яких працює землевпорядне підприємство, його макро- і мікросередовище. Аналізуються такі умови макросередовища: політичні, економічні, соціальні і природні. Політичні – ставлення органів влади до виконання завдань землевпорядного підприємства, наявність повного пакету нормативно-правових документів; економічні – загальна економічна ситуація в країні; соціальні – здатність основних споживачів землевпорядної інформації купувати її; природні – умови виконання польових робіт для землевпорядних цілей. Аналізуються такі умови мікросередовища: рівень конкуренції, потреби та вподобання споживачів.

Під час аналізу ресурсів оцінюються матеріальні і трудові ресурси, що являють собою потенціал виробництва. Для оцінювання ресурсів використовуються показники: коефіцієнт забезпеченості ресурсами, фондовіддача, матеріаловіддача, коефіцієнт продуктивності праці.

Під час аналізу організаційно-технологічних чинників здійснюється аналіз організації виробничих процесів, застосовування передових технологій у землевпорядному виробництві. Це головна умова зростання його економічної ефективності, окупності витрат. Використовуються показники: чисельність умовно вивільнених проєктувальників; підвищення продуктивності праці проєктувальника; відносне скорочення термінів виконання проєктних робіт; рівень автоматизації проєктних робіт.

Аналіз якості землевпорядних робіт проводиться як узагальнюючим, так і одиничними показниками. Узагальнюючі показники – це точність планово-висотного обґрунтування планів і карт, відносні похибки вимірювань, середні і середні квадратичні похибки контурів і горизонталей на картах і планах. Вони розкривають загальний рівень якості за категоріями, економічний ефект і витрати на поліпшення якості.

У систему одиничних показників входять:

– показники призначення, які визначаються масштабами зйомки, висотою перетину рельєфу, класом вимірювань стосовно до конкретних умов використання землевпорядних матеріалів;

– показники надійності, довговічності і старіння. Надійність характеризується відсутністю усадки основи, збереженням штриха під час зберігання. Довговічність – це якість закріплення на місцевості геодезичних пунктів. Старіння характеризується періодичністю оновлення матеріалів, тривалістю виробничого циклу, проміжками часу від початку робіт до здачі матеріалів замовнику;

– технологічні показники, що дають уявлення про ефективність конструкції приладів і ефективності їх випуску. Вони характеризуються трудомісткістю робіт на підприємстві й у замовника, повнотою інформації, зручністю користування оригіналом. У силу специфіки землевпорядних матеріалів такі показники, як ергономічні, стандартизації та уніфікації, патентно-правові, під час оцінки якості займають дуже незначне місце, їх відносять до групи технологічних показників;

– естетичні показники – це якість креслення, застосовувана гамма кольорів, акуратність оформлення і т. д. Вони висловлюють такі властивості продукції, як виразність, оригінальність, відповідність середовищу;

– економічні показники – побічно визначають якість і характеризуються собівартістю і кошторисною вартістю одиниці робіт, додатковими витратами на підвищення якості, продуктивністю робіт.

Під час аналізу доходів та витрат землевпорядного виробництва оцінюється виконання плану, динаміки та структури доходів та витрат підприємства. Аналіз відбувається за такою системою показників: абсолютне відхилення від планових показників; абсолютна зміна доходів та витрат підприємства; темп приросту доходів і витрат підприємства; структура доходів і витрат підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, аналізуючи всі аспекти землевпорядної діяльності підприємства, можна визначити загальну ефективність землевпорядних робіт. Використання розробленої методики аналізу ефективності землевпорядних робіт за ефективністю землевпорядного виробництва та ефективністю застосування даних землевпорядної діяльності дасть змогу одержати вичерпну інформацію про ефективність землевпорядної діяльності підприємства та підвищити якість прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про землеустрій : Закон України від 22.05.2003 № 858-IV. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/858-15/ (дата звернення: 05.12.2019).

2. Третяк А.М., Колганова І.Г. Розвиток видів та форм землеустрою в Україні як інструментів удосконалення планування землекористування. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2016. № 1–2. С. 26–31.

3. Мартин А., Фененко В. Сучасна класифікація видів робіт із землеустрою та оцінки земель. *Землевпорядний вісник*. 2006. № 4. С. 13–16.

4. Новаковський Л.Я. Довідник із землеустрою: обґрунтування необхідності та проблеми створення. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2013. № 3. С. 3–9.

5. Лазарєва О.В. Організація і управління землевпорядним виробництвом : навчальний посібник. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2018. 160 с.

6. Грещук Г. Інноваційні технології землевпорядкування в аграрній сфері. *Економічний дискурс.* 2018. Вип. 4. С. 82–88.

7. Третяк А.М., Другак В.М. Наукові основи економіки землекористування і землевпорядкування. Київ : ЦЗРУ, 2003. 337 с.

REFERENCES:

1. Verkhovna Rada Ukrainy (2003) Pro zemleustrii: Zakon Ukrainy vid 22.05.2003 r. no. 858-IV. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/858-15/ (accessed 05 December 2019).

2. Tretiak A. M. and Kolhanova I. H. (2016) Rozvytok vydiv ta form zemleustroiu v Ukraini, yak instrumentiv udoskonalennia planuvannia zemlekorystuvannia [Development of kinds and forms of land management in Ukraine as a tool for improving of land use planning]. *Zemleustrii, kadastr i monitorynh zemel,* no. 1-2, pp. 26–31.

3. Martyn A. and Fenenko V. (2006) Suchasna klasyfikatsiia vydiv robit iz zemleustroiu ta otsinky zemel [Modern classification of types of works on land management and land valuation]. *Zemlevporiadnyi visnyk*, no. 4, pp. 13–16.

4. Novakovskyi L. Ya. (2013) Dovidnyk iz zemleustroiu obgruntuvannia neobkhidnosti ta problemy stvorennia [Handbook of land use justification for the need and the problem of creation]. *Zemleustrii, kadastr i monitorynh zemel*, no. 3, pp. 3–9.

5. Lazarieva O. V. (2018) *Orhanizatsiia i upravlinnia zemlevporiadnym vyrobnytstvom* [Organization and management of land management production]: navch. posib. dlia studentiv haluzi znan 19 «Arkhitektura ta budivnytstvo», spetsialnist – 193 «Heodeziia ta zemleustrii». Mykolaiv: ChNU im. Petra Mohyly. (in Ukrainian)

6. Hreshchuk H. (2018) Innovatsiini tekhnolohii zemlevporiadkuvannia v ahrarnii sferi [Innovative technologies of land management in agrarian sphere]. *Ekonomichnyi dyskurs. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal,* vol. 4, pp. 82–88.

7. Tretiak A. M. and Druhak V. M. (2003) Naukovi osnovy ekonomiky zemlekorystuvannia i zemlevporiadkuvannia [Scientific bases of economics of land use and land management]. Kyiv: TsZRU. (in Ukrainian)

Shatskova Liubov
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting, Analysis and Audit
Odessa National Polytechnic University
Pshenychna Tetiana
Master
Odessa National Polytechnic University
Lazeev Mykyta
Master
Odessa National Polytechnic University

TYPES OF LAND MANAGEMENT WORKS AND ANALYSIS OF THEIR EFFECTIVENESS

The purpose of the article. The next measure of land reform in Ukraine for 2020-2025 will be the opening of the agricultural land market, which imposes its imprint and on the nature of land management activities – changes in the content and forms of land management work should take place. This continuous process of changes in the legislation on land relations and the lack of practical development raises many problems for the establishment of an effective system of analytical support for land management activities. Therefore, the purpose of the article is to typologize the types of land management works and to develop a methodology for comprehensive analysis of the efficiency of land management works of the enterprise.

Methodology. The theoretical and methodological basis of the research is fundamental principles of modern economic theory and theory of analysis, the scientific work of scientists. During the research, the following methods were used: classification and analytical – for classification of types of land management works, analytical – for identification and analyzing the indicators of the efficiency of land management works of the enterprise, logical – for building the structure and summarize the theoretical and practical provisions of the study.

Results. The article identifies the main groups of land management works: prospecting works and design works. The author's vision of types of land management works in the context of groups is presented. Investigating the experience in the scientific and professional literature on the analysis of land management activities, it was determined that there is no methodology for comprehensive analysis of the efficiency of land management works of the enterprise. Therefore, the methodology of complex analysis of the efficiency of land management works of the enterprise in two components was developed: efficiency of land management production and efficiency of the use of data of land management activities. The analysis of the effectiveness of the use of land management data is carried out in the following areas: analysis of economic efficiency, analysis of environmental efficiency, analysis of social efficiency, analysis of organizational and technological efficiency, analysis of information efficiency. The analysis of the efficiency of land management production is carried out in the following areas: analysis of environmental factors; resource analysis; analysis of organizational and technological factors; quality analysis of land management services; analysis of land revenue production and expenses.

Practical implications. The use of the developed methodology for the analysis of the efficiency of land management works carried out by enterprises in the field of land management will allow to obtain comprehensive information about the efficiency of land management activities of the enterprise and to improve the quality of making informed management decisions.

Value / originality. The objectives of the analysis of the effectiveness of land management works are: identifying and describing the relationships of land management processes; determining the ratio of major types of land management works; identifying factors that determine the performance of the land management enterprise; determination of reserves for improving the efficiency of land management works. The analysis of the efficiency of land management works must be carried out by a consistent solution of these problems, which allows to achieve the goal of a comprehensive analysis of the effectiveness of land management works. The choice of a system of indicators will be determined by the following factors: to determine the effectiveness of land management works; the chosen criterion of effectiveness; a certain type of effect; availability of sufficient reliable source data; opportunity (in time and cost) to carry out detailed economic calculations.

РОЗДІЛ 10. СТАТИСТИКА

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ ЗАЛЕЖНО ВІД СТАТІ ОСОБИ, ЯКА ОЧОЛЮЄ ДОМОГОСПОДАРСТВО

STATISTICAL ESTIMATION OF THE HOUSEHOLDS' INCOME AND EXPENDITURE OF UKRAINE DEPENDING ON THE GENDER OF THE PERSON WHO HEADS THE HOUSEHOLD

УДК 311:330.354.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-65

Гальків Л.І.
д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»
Подарин А.Р.
студентка
Національний університет «Львівська політехніка»
Бегметюк Н.І.
студент
Національний університет «Львівська політехніка»

У статті обґрунтовано актуальність статистичного оцінювання доходів і витрат домогосподарств України залежно від статі особи, яка очолює домогосподарство (віком 18–58 років). Визначено складові характеристик матеріального стану домогосподарств України. Виконано й подано детальний аналіз динаміки та структури доходів, у складі яких у середньому понад 50% припадає на заробітну плату, та витрат, у складі яких у середньому понад 40% припадає на продукти харчування та безалкогольні напої. Особливу увагу приділено проведенню порівняння у грошовому виразі величини доходів і витрат жінки як глави домогосподарства та величини доходів і витрат чоловіка як глави домогосподарства. Стаття надає цінну інформацію про вплив доходів на витрати домогосподарства залежно від статі особи, яка його очолює. Зроблено висновок про з'ясування та засвідчення гендера, який ефективніше керує фінансовими фондами домогосподарства.

Ключові слова: *доходи, витрати, домогосподарство, структура сукупних витрат, структура сукупних доходів, стать, вплив.*

В статье обоснована актуальность статистического оценивания доходов и затрат домохозяйств Украины в зависимости от пола лица, возглавляющего домохозяйство (в возрасте 18–58 лет). Определены составляющие характеристик материального положения домохозяйств Украины. Выполнен и предоставлен подробный анализ динамики и структуры доходов, в составе которых в среднем более 50% приходится на заработную плату, и затрат, в составе которых в среднем более 40% приходится на продукты питания и безалкогольные напитки. Особое внимание уделено проведению сравнения в денежном выражении величины доходов и затрат женщины как главы домохозяйства и величины доходов и затрат мужчины как главы домохозяйства. Статья предоставляет ценную информацию о влиянии доходов на затраты домохозяйства в зависимости от пола лица, возглавляющего его. Сделан вывод о выяснении и удостоверении гендера, который эффективнее управляет финансовыми фондами домохозяйства.

Ключевые слова: *доходы, затраты, домохозяйство, структура совокупных затрат, структура совокупных доходов, пол, влияние.*

As the title implies the article substantiates the relevance of statistical estimation of income and expenditure of households in Ukraine depending on the gender of the person who heads the household (aged 18–58 years). The relevance of the topic is that in the context of the economic growth of the country there are also gender contradictions. They relate to the fact that in most cases in Ukraine, men restrict the right of women to dispose of household finances, explaining that the female part of humanity cannot reasonably and deliberately manage financial resources. It is these gender myths that have given rise to this research. The unsolved parts of the general problem of income and expenditures of households in Ukraine are indicated. Basic information on the components of the material status of households in Ukraine is presented. The article gives a detailed analysis of the dynamics and structure of income, with an average of more than 50% of wages and expenditures, with an average of more than 40% of food and non-alcoholic beverage, is carried out. In monetary terms, the average wage of a woman and a man as head of household in 2018. Special attention is given to the monetary comparison the admeasurement of the income and expenditure of a woman as head of household and the admeasurement of income and expenditure of a man as head of household. The text gives valuable information on the effect of income on household expenditures has been investigated depending on the gender of the person who heads it. An important tool in determining the impact of income on household spending, depending on the gender of the person who heads it, is the calculation of the elasticity coefficient. The article contains the data on how much a certain household expenditure item will increase depending on the gender of the person managing it, if the household income increases by 1%. It should be emphasized that the conclusion identifies and certifies the gender that, by all calculations, manages household financial funds more efficiently. Prospects for further research to provide a coherent assessment of the costs and incomes of households in Ukraine depending on the person who heads it.

Key words: *income, expenditures, household, structure of total expenses, structure of total income, gender, influence.*

Постановка проблеми. Домогосподарство є окремою економічною одиницею, на діяльність якої впливають безліч соціальних, економічних, політичних, психологічних чинників. Дослідження домогосподарств та оцінювання їх інтересів повинні бути пріоритетними, оскільки зростання їх добробуту укріплює всю соціально-економічну систему держави, а різниця підходів до раціонального розподілу доходів чоловіка й жінки як кандидатів на «посаду» глави домашнього господарства відображає вплив гендера на ефективне управління фінансовими ресурсами всередині сім'ї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У різних аспектах ця тема висвітлена в роботах Т. Кізими, С. Юрія [1, с. 3–10], О. Марець [2, с. 527–534], Ю. Станкевича [3, с. 242–245]. Згадані автори аналізують структуру доходів та витрат домогосподарств, а також їх фінансову поведінку.

Перераховані вище автори проводили різноплановий аналіз домогосподарств, проте роль жінки й чоловіка у формуванні фінансів домогосподарства висвітлена не на належному рівні.

Постановка завдання. Головне завдання дослідження полягає в аналізі домогосподарств за структурою їх доходів та витрат для визначення того, хто (жінка чи чоловік) ефективніше керує фінансовими ресурсами сім'ї.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні зацікавленість у ретельному дослідженні структури доходів та витрат домогосподарств залежно від статі особи, яка його очолює, зростає у зв'язку з гендерною нерівністю в економіці. Численні дослідження доказують, що відмінність заробітної плати жінок і чоловіків, відсутність жінок на вищих сходинках управління є істотними гальмівними факторами економічного процвітання не лише домогосподарств, але й держави.

Сукупні витрати домогосподарств (СВД), що відстежуються Державною службою статистики України [4], включають споживчі витрати (грошові витрати на продукти харчування та безалкогольні напої, алкогольні напої, тютюнові вироби, одяг і взуття, комунальні платежі, предмети домашнього вжитку, охорону здоров'я, транспорт, зв'язок, відпочинок і культуру, освіту, ресторани та готелі, різні товари та послуги) та неспоживчі витрати (витрати на особисте підсобне господарство, допомога родичам та іншим особам, купівля нерухомості, будівництво, капітальний ремонт житла тощо, купівля акцій, сертифікатів, валюти, вклади до банків, аліменти, податки, збори, внески).

Аналізуючи структури СВД залежно від статі особи, яка очолює домогосподарство (рис. 1, 2), можемо зробити висновок, що незалежно від гендерної складової більшість доходів родин витрачається на продукти харчування та безалкогольні напої. Втім, чоловіки більше витрачають на алкогольні напої та тютюнові вироби (315,03 грн. порівняно з 233,54 грн.), комунальні платежі (1 066,09 грн. порівняно з 1 036,02 грн.), предмети домашнього вжитку (174,25 грн. порівняно з 166,92 грн.), транспорт (357,64 грн. порівняно з 231,24 грн.), відпочинок і культуру (159,03 грн. порівняно з 137,82 грн.), ресторани та готелі (248,07 грн. порівняно з 232,77 грн.) та неспоживчі витрати (681,81 грн. порівняно з 575,82 грн.), жінки ж більше витрачають на одяг і взуття (488,52 грн. порівняно з 474,07 грн.), охорону здоров'я (366,78 грн. порівняно з 316,55 грн.), зв'язок (222,82 грн. порівняно з 213,82 грн.), освіту (98,77 грн. порівняно з 93,59 грн.) та різні товари й послуги (259,57 грн. порівняно з 212,31 грн.). Загалом витрати домогосподарств, які очолює жінка, у грошовому вимірі складають 7 657,21 грн., а витрати домогосподарств, які очолює чоловік, – 7 609,56 грн.

Матеріальний стан домогосподарств характеризується також доходами. Сукупні доходи домогосподарств (СДВ) включають грошові доходи (оплата праці, доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості, доходи від продажу сільськогосподарської продукції, доходи від власності, пенсії, стипендії, допомоги, пільги, субсидії, грошова допомога від родичів та інших осіб, аліменти, інші грошові доходи), негрошові доходи (вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства, пільги безготівкові на туристичні послуги, послуги з охорони здоров'я, пільги безготівкові на оплату послуг транспорту та зв'язку), доходи від продажу особистого й домаш-

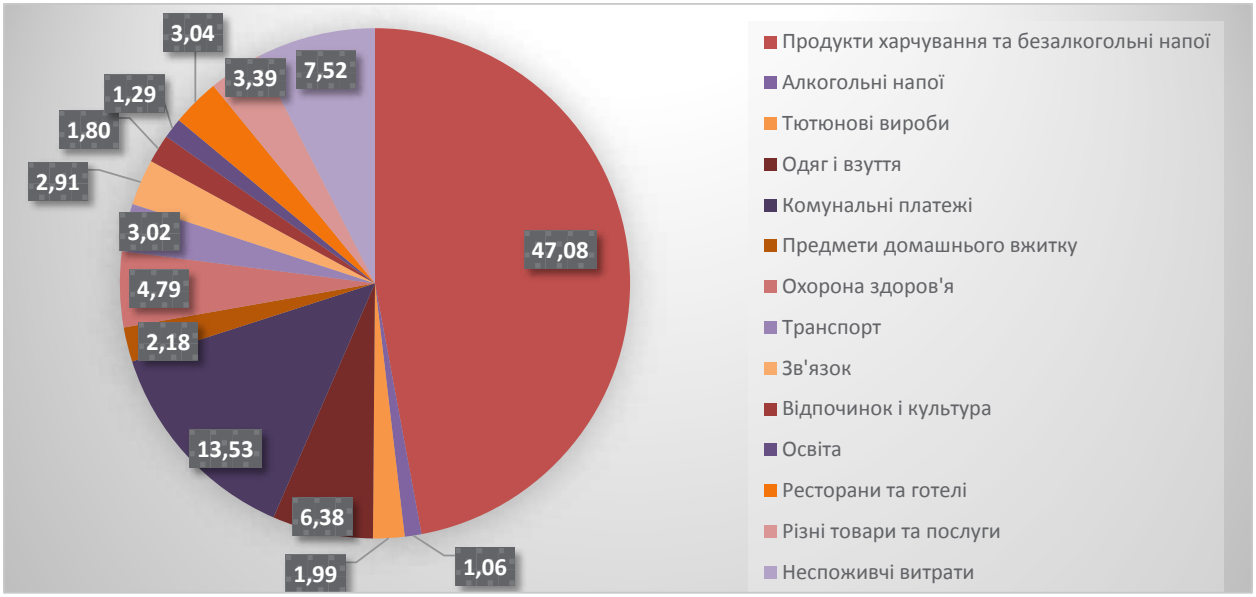


Рис. 1. Структура СДВ України, які очолює жінка, у 2018 р. (%)

Джерело: розраховано за [5]

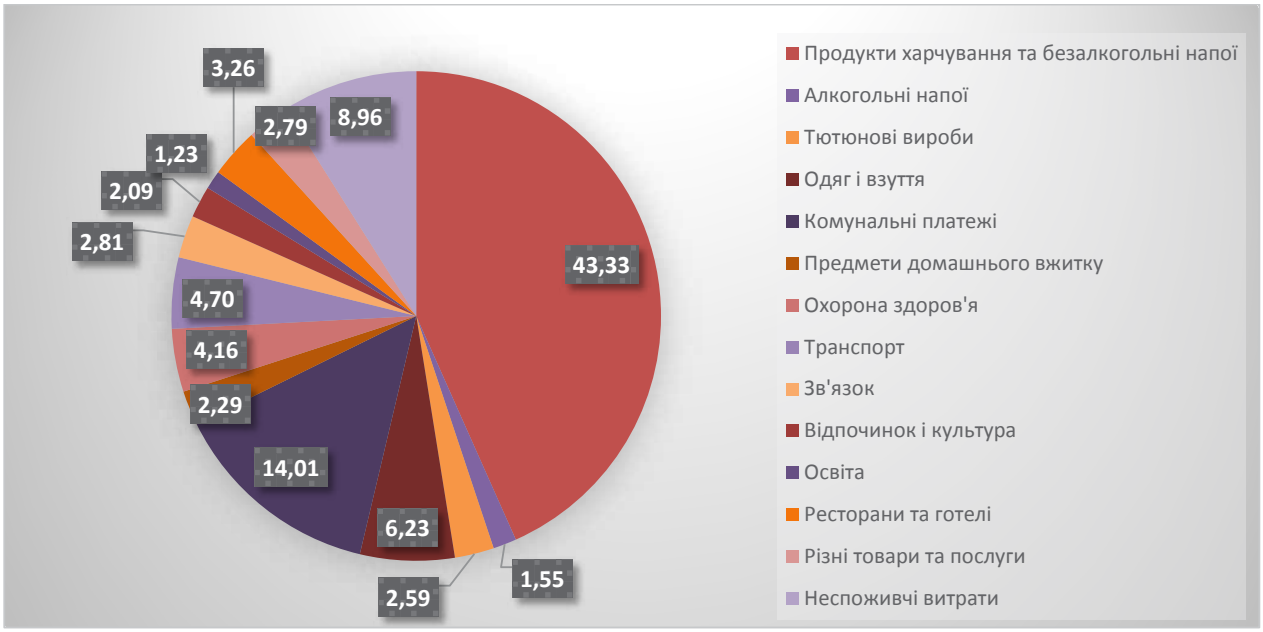


Рис. 2. Структура СДВ України, які очолює чоловік, у 2018 р. (%)

Джерело: розраховано за [5]

нього майна, доходи від продажу нерухомості, використання заощаджень, позики, повернені домогосподарству борги [4].

Аналізуючи структури СДВ, можемо зробити висновок, що основним джерелом фінансових ресурсів традиційно є заробітна плата. Середня заробітна плата жінки становить 5 095,83 грн., а чоловіка – 5 943,86 грн. Загалом доходи домогосподарств, які очолює жінка, у грошовому вимірі складають 8 570,05 грн., а доходи домогосподарств, які очолює чоловік, – 8 790,23 грн.

Як видно, структури сукупних доходів та витрат як жінок, так і чоловіків, які керують домогосподарством, є схожими, проте можна висунути припущення, що підхід до розподілу фінансових ресурсів домогосподарства, яким керує чоловік, є більш результативним, адже тоді після здійснення всіх витрат у домогосподарства ще залишається

Рис. 3. Структура СДД України, які очолює жінка, у 2018 р. (%)

Джерело: розраховано за [5]

Рис. 4. Структура СДД України, які очолює чоловік, у 2018 р. (%)

Джерело: розраховано за [5]

1 180,67 грн, тоді як коли жінка очолює домогосподарство, то воно має 912,84 грн.

З'ясуємо, як дохід впливає на витрати домогосподарства залежно від статі особи, яка його очолює, за допомогою коефіцієнта еластичності (табл. 2). Розрахуємо середній темп приросту за допомогою табл. 1.

Розрахуємо середній темп приросту за формулою (1) [6, с. 8]:

$$\text{Ті} = \frac{y_i - y_0}{y_0} \times 100\% - 100, \qquad (1)$$

де y_i – поточний рівень ряду, y_0 – початковий рівень ряду.

Вплив доходу на витрати домогосподарства залежно від статі особи, яка його очолює, можна оцінити за допомогою коефіцієнта еластичності, який показує те, на скільки відсотків зміниться значення одного (результативного) показника за зміни іншого (факторного) на 1%, а також обчислюється за формулою (2) [6, с. 7–8]:

$$\text{у} = \frac{T_y}{T_x}, \qquad (2)$$

де T_y та T_x – темпи приросту результативного та факторного показників відповідно. При цьому як факторний показник взято величину загальних доходів домогосподарств, а як результативний показник – питому вагу витрат по окремих групах товарів та послуг.

Отже, зі збільшенням доходу домогосподарства, яке очолює жінка, на 1% збільшуватиметься питома вага витрат на продукти харчування та безалкогольні напої (на 2,65%), послуги

Таблиця 1

Загальні доходи та структура СВД України залежно від статі особи, яка його очолює, у 2017–2018 рр.

Показник	Жінка		Чоловік	
	2018 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р.
Загальні доходи, грн.	8 570,05	8 382,69	8 790,23	8 604,45
Структура сукупних витрат	*Частка (%)*			
Продукти харчування та безалкогольні напої	47,08	44,45	43,33	42,7
Алкогольні напої, тютюнові вироби	3,05	3,7	4,14	4,05
Непродовольчі товари	22,5	24,6	23,96	24,5
Послуги	19,85	18,8	19,61	21,5
Неспоживчі сукупні витрати	7,52	8,45	8,96	7,25

Джерело: розраховано за [5]

Таблиця 2

Середній темп приросту загальних доходів та структури СВД залежно від статі особи, яка його очолює, та вплив доходів на СДВ

Показник	Жінка		Чоловік	
	T_i	y	T_i	y
Загальні доходи, грн.	2,23	–	2,15	–
Продукти харчування та безалкогольні напої	5,91	2,65	1,47	0,68
Алкогольні напої, тютюнові вироби	-17,56	-7,87	2,22	1,03
Непродовольчі товари	-8,53	-3,82	-2,21	-1,02
Послуги	5,58	2,5	-8,79	-4,08
Неспоживчі сукупні витрати	-11,01	-4,93	23,58	10,96

Джерело: розраховано за джерелом [6, с. 7–8]

(на 2,5%), натомість питома вага витрат зменшуватиметься на алкогольні напої, тютюнові вироби (на 7,87%), непродовольчі товари (на 3,82%), неспоживчі сукупні витрати (на 4,93%). Зі збільшенням доходу домогосподарства, яке очолює чоловік, на 1% збільшуватиметься питома вага витрат на продукти харчування та безалкогольні напої (на 0,68%), алкогольні напої, тютюнові вироби (на 1,03%), неспоживчі сукупні витрати (на 10,96%), натомість питома вага витрат зменшуватиметься на непродовольчі товари (на 1,02%), послуги (на 4,08%).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, проведений аналіз дає змогу зробити висновок про те, що ефективніше фінансовими ресурсами домогосподарства керує жінка, навіть попри те, що після здійснення всіх витрат у домогосподарства, яке очолює чоловік, залишається більша сума. Це пояснюється розрахунками, які показують, що зі збільшенням доходу домогосподарства, яким керує чоловік, зросте питома вага витрат на алкогольні напої, тютюнові вироби, а це зменшує добробут домогосподарства.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з відстеженням та обґрунтуванням переважаючих напрямів розподілу доходів і витрат домогосподарства залежно від статі глави домогосподарства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кізима Т., Юрій С. Фінанси домогосподарств: теоретичні підходи до трактування сутності. *Фінанси України*. 2008. С. 3–10.

2. Марець О. Домогосподарство в умовах ринкової трансформації економіки України. *Вісник Львівського університету. Серія «Економіка»*. 2004. С. 527–534.

3. Станкевич Ю. Роль домогосподарства у розвитку національної економіки України. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2014. Т. 19. Вип. 3(1). С. 242–245. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_3%281%29__54 (дата звернення: 15.12.2019).

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.12.2019).

5. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf (дата звернення: 12.12.2019).

6. Статистичне вивчення рядів динаміки. Аналіз інтенсивності динаміки. *Віртуальне навчальне середовище Національного університету «Львівська політехніка»*. URL: http://vns.lpnu.ua/pluginfile.php/872805/mod_resource/content/1/ilovepdf_com-1.pdf (дата звернення: 11.12.2019).

REFERENCES:

1. Kizima T., Yuri S. (2008) Finansy domoghospodarstv: teoretychni pidkhody do traktuvannja sutnosti [Household finances: theoretical approaches to the interpretation of nature]. *Finance of Ukraine* (electronic journal), pp. 3–10.

2. Marets O. (2004) Domoghospodarstvo v umovakh rynkovoji transformaciji ekonomiky Ukrajiny [Households in the conditions of market transformation of Ukrainian economy]. *Bulletin of Lviv National University*, pp. 527–534.

3. Stankevich Yu. (2014) Rolj domoghospodarstva u rozvytku nacionaljnoji ekonomiky Ukrajiny [The role of the household in the development of the national economy of Ukraine]. *Bulletin of the Odessa National University*, vol. 19, no. 3(1), pp. 242–245. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_3%281%29__54 (accessed: 15 December 2019).

4. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 12 December 2019).

5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Vytraty i resursy domoghospodarstv Ukrajiny u 2018 roci [Costs and resources of households in Ukraine in 2018]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_vrdu2018.pdf (accessed: 12 December 2019).

6. Virtual Learning Environment of Lviv Polytechnic National University (2019) Ctatystychne vyvchennja rjadiv dynamiky. Analiz intensyvnosti dynamiky [Statistical study of series of dynamics. Dynamic intensity analysis]. Available at: http://vns.lpnu.ua/pluginfile.php/872805/mod_resource/content/1/ilovepdf_com-1.pdf (accessed: 11 December 2019).

Halkiv Liubov
Doctor of Economic Sciences,
Professor at Department of Management of Organizations
Lviv Polytechnic National University
Podaryn Anhelina
Student
Lviv Polytechnic National University
Behmetiuk Nazarii
Student
Lviv Polytechnic National University

STATISTICAL ESTIMATION OF THE HOUSEHOLDS' INCOME AND EXPENDITURE OF UKRAINE DEPENDING ON THE GENDER OF THE PERSON WHO HEADS THE HOUSEHOLD

The purpose of the article. In the context of economic growth, there are often gender contradictions. These are due to the fact that in most cases in Ukraine, men restrict the right of women to manage household finances, explaining that the female part of humanity cannot reasonably and deliberately manage financial resources. It is these gender myths that have given rise to this research. Therefore, the purpose of this study is to analyze households in Ukraine by their income and expenditure structure to determine who (a woman or a man) manages their family's financial resources more effectively.

Results. Through different approaches, basic information on the components of household financial status in Ukraine is presented. The households' income and expenditure are just those components. In turn, total household expenditure includes consumer and non-consumer expenditures, and total household income includes monetary and non-monetary income, income from the sale of personal and household property, income from the sale of real estate, use of savings, loans repaid to the household.

According to the analysis, in households headed by both women and men, on average more than 50% of income comes from wages and over 40% of expenditure is from food and non-alcoholic beverages. In general, household's expenditure headed by a woman in monetary terms amount to 7 657.21 UAH, and household's expenditure headed by a man – 7 609.56 UAH. In general, household's income headed by a woman in monetary terms is 8 570.05 UAH, and household's income headed by a man is 8 790.23 UAH. It can be seen that the patterns of aggregate income and expenditure of both women and men managing the household are similar. However, it can be assumed that the approach to the distribution of financial resources of a household managed by a man is more effective, because then after all the expenditure in the household there are still 1 180.67 UAH, while at the head of the woman in the household there will be 912.84 UAH.

Using the coefficient of elasticity, we estimate the impact of income on household's expenditure depending on the person, who heads it, for the final result. Thus, with increasing household's income headed by a woman by 1% will increase share of expenditures on food and soft drink by 2.65%, for services – by 2.5%, and decrease the share of expenditure on alcoholic beverages and tobacco by 7.87%, non-food products – by 3.82% and non-consumer the total cost – by 4.93%. With increasing household's income headed by a man by 1% will increase share of expenditure on food and soft drink by 1.68%, alcoholic beverages and tobacco by 1.03% and non-consumer total expenditure by 10.96%, instead decrease the share of expenditure on non-food products by 1.02% and for services by 4.08%.

Practical implications. Thus, the analysis makes it possible to conclude that a woman manages the financial resources of the household more efficiently. This is explained by calculations that show that with increasing household's income managed by a man, the proportion of expenditure on alcoholic beverages and tobacco will increase also, and this in turn will reduce the well-being of the household.

РОЗДІЛ 11. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В МІСЦЕВИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ НА ПРИНЦИПАХ ЄС

THE MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC GOVERNANCE IN LOCAL COMMUNITIES OF UKRAINE ON EU PRINCIPLES

УДК 338.2:352:351.851
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-66

Новикова І.В.
к.е.н., старший викладач кафедри економіки та управління
Шосткинський інститут
Сумського державного університету
Пригара І.О.
к.е.н., старший викладач кафедри економіки та управління
Шосткинський інститут
Сумського державного університету
Тур О.М.
к.е.н., завідувач кафедри економіки та управління
Шосткинський інститут
Сумського державного університету

У статті проведено дослідження механізму електронного урядування в місцевих громадах України в умовах євроінтеграції. Проведено дослідження існуючих рішень, таких як «Prozorro», «E-data», «Відкритий бюджет», «iGov», «Єдиний державний портал відкритих даних», «Доступ до правди», «Єдина система місцевих петицій» та інші місцеві ініціативи. Упровадження зазначених рішень стримується низьким фінансово-економічним та людським потенціалом території, низьким рівнем інформаційної освіти жителів території, важким доступом до мережі Інтернет тощо. Задля вирішення виділених у ході дослідження проблем запропоновано вдосконалити існуючий механізм реалізації електронної демократії під час управління територіальною громадою. У рамках даного механізму взаємодія державних органів влади та суб'єктів територіальної громади під час реалізації електронної демократії має бути основана на справедливому перерозподілі виробничих та природних ресурсів й обмеженні окремих параметрів господарської діяльності суб'єктів територіальної громади з метою дотримання соціально-економічних законів. Незважаючи на вагомі досягнення у сфері електронного урядування на місцях, в Україні необхідно вдосконалювати дієві механізми та інструменти формування співпраці громадян та державних органів влади на принципах Європейського Союзу.

Ключові слова: *електронне урядування, е-демократія, інформаційно-комунікаційні технології, механізм реалізації електронної демократії, місцева громада.*

В статье проведено исследование механизма электронного управления в местных общинах Украины в условиях евроинтеграции. Проведено исследование существующих решений, таких как «Prozorro», «E-data», «Открытый бюджет», «iGov», «Единый государственный портал открытых данных», «Доступ к правде», «Единая система местных петиций» и другие местные инициативы. Внедрение указанных решений сдерживается низким финансово-экономическим и человеческим потенциалом территорий, низким уровнем информационной образования жителей территории, трудным доступом к сети Интернет и тому подобное. Для решения выделенных в ходе исследования проблем предложено усовершенствовать существующий механизм реализации электронной демократии при управлении территориальной общиной. В рамках данного механизма взаимодействие государственных органов власти и субъектов территориальной общины при реализации электронной демократии должно быть основано на справедливом перераспределении производственных и природных ресурсов и ограничении отдельных параметров хозяйственной деятельности субъектов территориальной общины с целью соблюдения социально-экономических законов. Несмотря на значительные достижения в сфере электронного управления на местах, в Украине необходимо совершенствовать действенные механизмы и инструменты формирования сотрудничества граждан и государственных органов власти на принципах Европейского Союза.

Ключевые слова: *электронное управление, э-демократия, информационно-коммуникационные технологии, механизм реализации электронной демократии, местная община.*

The article investigates the mechanism of e-government in local communities of Ukraine in the context of European integration. In order to identify common tendencies in the management of local communities on the principles of e-government, a study of existing solutions was conducted. It has been revealed that electronic tools such as Prozorro, E-data, Open Budget, iGov, Unified State Portal of Open Data, Access to Truth, Unified Local Petitionsand other local initiatives. The implementation of these decisions is constrained by the low financial and economic and human potential of the territory, the low level of information education of the inhabitants of the territory, the difficult access to the Internet, the low level of civic participation of the inhabitants of the territory, the reluctance of public officials to disclose information about their activities, etc. In order to solve the problems identified in the course of the research, it is proposed to improve the existing mechanism for the implementation of e-democracy in the management of the territorial community. Within the framework of this mechanism, the interaction of state authorities and territorial community entities in the implementation of e-democracy should be based on a fair redistribution of production and natural resources and the limitation of certain parameters of economic activity of territorial community entities in order to comply with socio-economic laws. The study concluded the following. Important steps have been taken in Ukraine to organize e-governance in local communities. Effective IT solutions have been created. These information technologies allow to increase the level of civic participation of the residents of the community, to ensure their participation in making management decisions regarding the development of the territorial community. Notwithstanding the significant achievements in the field of e-governance on the ground in Ukraine, it is necessary to improve the effective mechanisms and instruments of forming the cooperation of citizens and public authorities on the principles of the European Union.

Key words: *e-government, e-democracy, information and communication technologies, e-democracy implementation mechanism, local community.*

Постановка проблеми. Управління розвитком місцевих громад, районів та областей на тлі науково-технічного прогресу неможливо уявити без інформаційних технологій. Саме інформаційно-комунікаційні технології є основою не тільки для соціально-економічного розвитку, а й для забезпе-

чення ефективного управління місцевими громадами, містами, районами чи областями країни.

Питання організації електронного урядування в місцевих органах влади України в умовах євроінтеграції суттєво актуалізувалися. Зокрема, дослідження механізмів управління міським і регіональним господарством за допомогою інформаційних технологій в Україні в умовах євроінтеграції може виявитися корисним для вирішення питань активізації поширення інформаційно-комунікаційних технологій у публічній сфері України для досягнення соціально-економічного розвитку місцевих громад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-методичні підходи до формування та реалізації механізму електронного урядування в місцевих громадах отримали свій розвиток у наукових роботах І. Кажоки [1], Л. Ковшун [2; 3], В. Некрасова [4], В. Таран [5], Б. Тишкевич [6] та ін. Проте залишаються недостатньо розкритими питання формування дієвого механізму електронного урядування в місцевих громадах, який би враховував потреби розвитку громади та громадян в умовах євроінтеграційного курсу України.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження інструментів та механізму електронного урядування в місцевих громадах України в умовах євроінтеграції. Завданнями статті є:

– дослідження тенденцій розвитку інформаційних технологій у місцевих громадах України;

– вивчення існуючого механізму електронного урядування в місцевих громадах та його вдосконалення з урахуванням потреб розвитку громади та громадян в умовах євроінтеграційного курсу України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення соціально-економічного розвитку місцевих громад багато в чому залежить від ефективних управлінських дій місцевих органів влади. Зокрема, важливо забезпечити реалізацію найважливіших потреб жителів місцевої громади. Для вирішення такого завдання все частіше застосовують інформаційно-комунікаційні технології управління.

Здійснимо короткий огляд існуючих рішень у реалізації електронного урядування в місцевих громадах України.

Для подолання корупції в органах влади всіх ієрархічних рівнів в Україні та забезпечення розвитку співпраці влади і громади на засадах ЄС були запроваджені такі електронні інструменти, як «Prozorro», «E-data», «Відкритий бюджет», «iGov», «Єдиний державний портал відкритих даних», «Доступ до правди», «Єдина система місцевих петицій» та інші місцеві ініціативи [5; 6].

Система «Prozorro» [6] дає змогу організувати та здійснити прозорі державні закупівлі, а також виключити чинник корупції під час їх проведення. Станом на кінець 2019 р. середньорічні обсяги державних закупівель в Україні, що були проведені через систему «Prozorro», становили близько 250 млрд грн.

Після підписання Закону України «Про відкритість використання публічних коштів» на замовлення уряду країни громадськими експертами було розроблено портал «E-data» [5; 6]. Даний портал у режимі онлайн дає змогу слідкувати за витратами бюджетних коштів національного та місцевих бюджетів. Інструменти порталу дають змогу зробити пошук необхідної інформації за транзакціями та розпорядниками.

Аналіз витрат та доходів бюджету, візуалізація бюджетної інформації стали можливими завдяки порталу «Відкритий бюджет». Інформація про бюджет того чи іншого міста формується на базі даних порталу «E-data». Портал «Відкритий бюджет» [6] надає актуальну інформацію про бюджетний процес у місті в зрозумілому вигляді для жителів місцевої громади. Окрім даного проєкту, є низка альтернативних ініціатив таких міст України, як Київ, Кривий Ріг, Ніжин тощо.

Портал державних послуг «iGov» [5; 6] являє собою платформу, на якій зібрані всі адміністративні послуги, що надають державні органи влади України громадянам та юридичним особам. Нині кількість послуг налічує більше 200. Частина таких послуг провадиться онлайн через мережу Інтернет. Ідея порталу полягає у переведенні максимальної кількості адміністративних послуг у режим онлайн, що дасть змогу ефективно боротися з корупцією в державних органах влади.

На вимогу Закону України «Про доступ до публічної інформації» було створено портали «Доступ до правди» [6] та «Єдиний державний портал відкритих даних» [6]. Обидва портали допомагають громадянам отримати необхідну публічну інформацію про роботу державних органів влади України, у тому числі й місцевих. Так, портал «Доступ до правди» дає змогу автоматично сформувати запит на отримання публічної інформації та надіслати його розпоряднику. Набори даних державних та місцевих органів влади публікуються на «Єдиному державному порталі відкритих даних». Даний портал дає змогу відшукати необхідну інформацію за назвою, розпорядником, а також набором даних.

Для полегшення та прискорення роботи з петиціями громадян було створено «Єдину систему місцевих петицій» [5; 6]. Електронні петиції дають змогу в режимі онлайн забезпечити збір підписів серед громадян. Також даний портал дає можливість здійснювати необхідні налаштування під вимоги місцевих органів влади.

Як показує аналіз існуючих рішень у реалізації електронного урядування в місцевих громадах, їх упровадження носить радше декларативний характер. Так, більшість інформаційних порталів

не отримує ні державної підтримки, ні підтримки з боку громадян.

Опір у впровадженні інструментів електронного урядування виникає через низку чинників соціально-економічного та політичного характеру, зокрема:

– низький фінансово-економічний та людський потенціал території призводить до збитковості більшості ініціатив під час упровадження інструментів електронного урядування. За такої ситуації не має можливості підтримувати роботу інструментів електронного урядування, по-перше, через брак фінансових ресурсів, по-друге, через відсутність інтересу жителів території (громади, міста, регіону тощо) до використання згаданих інструментів;

– низький рівень інформаційної освіти жителів території. Зокрема, така проблема характерна для сільського населення, де переважно проживають громадяни віком від 60 років та старше. Сільські громади не в змозі використовувати інформаційно-комунікаційні технології через опір старшого покоління під час використання новітніх технологій та небажання їх освоювати;

– важкий доступ до мережі Інтернет, особливо в територіальних громадах, що охоплюють сільську місцевість. Покриття 3G-Інтернету у сільській місцевості України досі залишається незадовільним, лише великі міста країни мають якісний доступ до 3G/4G. Така обставина викликана проблемами перерозподілу радіочастот між мобільними операторами України та економічною недоцільністю суцільного покриття території країни 3G/4G-Інтернетом [4];

– небажання влади впроваджувати інструменти електронного урядування через високий рівень корупції. Як видно з приведеного вище матеріалу, застосування інформаційно-комунікаційних технологій дає змогу зробити прозорим виконання будь-яких дій чиновників, що керують місцевою громадою, та робить державну інформацію відкритою і легкодоступною для широкого загалу;

– громадянська участь у вирішенні питань розвитку громади є низькою. Участь громади у вирішенні питань розвитку та управління територією переважно зводиться до інформування громадян про проєкти та заходи, що плануються проводити місцевими органами влади, тому інформаційні технології радше сприймаються як інструмент пошуку інформації про те, що відбувається в територіальній громаді та які розпорядження чи накази були оприлюднені.

Остання причина низької активності населення громади в електронній демократії пов'язана не тільки з політичною інертністю жителів громади, а й бажанням чиновників приховати інформацію від населення громади. Розроблення дієвого механізму залучення громади до вирішення питань розвитку території з урахуванням євроінтеграційних тенденцій [1–3] дасть змогу поліпшити не тільки соціально-економічний стан території, а й підвищити відповідальність чиновників за свої дії.

Інструменти електронної демократії покликані забезпечити громадянську участь у прийнятті управлінських рішень [2; 3], зокрема рішень щодо бюджетного процесу, розроблення заходів із поліпшення соціально-економічного становища територіальної громади, здійснювати громадський контроль над діяльністю державних органів влади тощо.

Виходячи з вищевикладеного, можна представити механізм електронного урядування в Україні (рис. 1), який буде враховувати основні принципи електронної демократії, які є базовими для європейських країн.

Отже, система реалізації електронної демократії під час управління територіальною громадою спрямована на становлення демократичних цінностей у громаді. Взаємодія державних органів влади та суб'єктів територіальної громади в рамках цієї системи управління передусім повинна бути спрямована на реалізацію цілей громади та її жителів. Електронне урядування може стати основою для запобігання корупції, підвищення ефективності державної влади на місцях, забезпечення довгострокового економічного зростання.

Механізм реалізації електронної демократії переважно зводиться до регулювання державою матеріальних, інформаційних та фінансових потоків між усіма суб'єктами територіальної громади. ІКТ є в такому разі дієвим інструментом перерозподілу ресурсів громади на справедливій основі з дотриманням законів України. Перерозподіл фінансових, матеріальних та трудових ресурсів здійснюється на користь пріоритетних напрямів розвитку громади, що визначені громадянами такої громади. Будь-які дії владних органів місцевої громади спрямовані на забезпечення захисту соціально-економічних інтересів громади, економічних регіонів, суб'єктів підприємницької діяльності та споживачів, що здійснюється шляхом застосування певної сукупності інструментів.

Державні органи влади повинні застосовувати таку сукупність стимулів стосовно суб'єктів територіальної громади, які б робили залучення і використання ресурсів громади економічно вигідним. Механізм електронної демократії в місцевих громадах реалізується через безпосередню участь держави шляхом застосування до суб'єктів територіальної громади визначеного комплексу еколого-економічних інструментів впливу на їхні ключові інтереси.

Взаємодія державних органів влади та суб'єктів територіальної громади в рамках механізму реалізації електронної демократії передусім повинна бути спрямована на перерозподіл виробничих та природних ресурсів і обмеження окремих параметрів господарської діяльності суб'єктів територіальної громади з метою дотримання соціально-економічних

Рис. 1. Механізм реалізації електронної демократії при управлінні територіальною громадою

законів. Виконання зазначених завдань можливе шляхом застосування певної сукупності інструментів адміністративного чи ринкового регулювання господарської діяльності. Приведений на рис. 1 механізм спрямований на формування тісної співпраці між державними органами влади та суб'єктами територіальної громади з використанням ІКТ на принципах е-демократії європейських країн [1–3].

Висновки з проведеного дослідження. В Україні здійснено немало важливих заходів для організації електронного урядування в місцевих громадах. Створено низку ефективних рішень із використанням інформаційних технологій, що дають змогу отримати доступ до публічної інформації та низки адміністративних послуг онлайн. Незважаючи на вагомі досягнення у сфері електронного урядування на місцях, в Україні слід впроваджувати дієві механізми та інструменти формування співпраці громадян та державних органів влади, адже завдяки такій співпраці формується найвища форма залученості громади до прийняття управлінських рішень по розвитку територіальних громад України, за якої думка та бажання жителів громади ставляться на перше місце.

На нашу думку, подальших наукових розвідок потребують такі питання:

– удосконалення механізму залучення громадян до прийняття управлінських рішень розвитку місцевої громади з урахуванням євроінтеграційних процесів;

– визначення науково-методичних підходів до державного фінансування розвитку електронного урядування в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кажока І. Електронна демократія: 10 практик з Європи. *Mistosite.* 2016. 9 червня. URL: https://mistosite.org.ua/articles/elektronna-demokratiia-10-praktyk-z-yevropy?locale=ru (дата звернення: 18.12.2019).

2. Ковшун Л. Рівні співпраці влади і громади: шість типологій громадянської участі. *Mistosite.* 2016. 17 березня. URL: https://mistosite.org.ua/uk/articles/r%D1%96vn%D1%96-sp%D1%96vpracz%D1%96-vlady-%D1%96-gromady-sh%D1%96st-typolog%D1%96j-gromadyanskoyi-uchast%D1%96 (дата звернення: 18.12.2019).

3. Ковшун Л. Як оцінювати громадянську участь: шість інструментів. *Mistosite*. 2016. 14 січня. URL: https://mistosite.org.ua/ru/articles/yak-otsiniuvaty-hromadiansku-uchast-shist-instrumentiv (дата звернення: 18.12.2019).

4. Некрасов В. 4G не поможет: почему в Украине нет сплошного 3G-покрытия и как это справить. *Экономическая правда.* 2018. 15 марта. URL: https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2018/03/15/634981/ (дата звернення: 18.12.2019).

5. Таран В. ТОП-5 електронних ініціатив, які змінять Україну. *Дзеркало тижня*. 2016. № 7. URL: https://dt.ua/internal/top-5-elektronnih-iniciativ-yaki-zminyat-ukrayinu-_.html (дата звернення: 18.12.2019).

6. Тишкевич Б. Електронна демократія: 11 практик з України. *Mistosite*. 2017. 5 серпня. URL: https://mistosite.org.ua/ru/articles/elektronna-demokratiia-11-praktyk-z-ukrainy (дата звернення: 18.12.2019).

REFERENCES:

1. Kazhoka I. (2016) Elektronna demokratiya: 10 praktik z Yevropi [Electronic Democracy: 10 Practices from Europe]. *Mistosite* (electronic journal), 09.06.2016. Available at: https://mistosite.org.ua/articles/elektronna-demokratiia-10-praktyk-z-yevropy?locale=ru (accessed 18 December 2019).

2. Kovshun L. (2016) Rivni spivpraci vladi i gromadi: shist tipologij gromadyanskoyi uchasti [Level of cooperation between power and community: six types of public participation]. *Mistosite* (electronic journal), 17.03.2016. Available at: https://mistosite.org.ua/uk/articles/r%D1%96vn%D1%96-sp%D1%96vpracz%D1%96-vlady-%D1%96-gromady-sh%D1%96st-typolog%D1%96j-gromadyanskoyi-uchast%D1%96 (accessed 18 December 2019).

3. Kovshun L. (2016) Yak ocinyuvati gromadyansku uchast: shist instrumentiv [How to evaluate public participation: six tools]. *Mistosite*, 14.01.2016. Available at: https://mistosite.org.ua/ru/articles/yak-otsiniuvaty-hromadiansku-uchast-shist-instrumentiv (accessed 18 December 2019).

4. Nekrasov V. (2018) 4G ne pomozhet: pochemu v Ukraine net sploshnogo 3G-pokrytiya i kak eto ispravit [4G does not help: why in Ukraine there is no solid 3G cover and how to fix it]. *Ekonomicheskaya pravda [Economic truth]*, 15.03.2018. Available at: https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2018/03/15/634981/ (accessed 18 December 2019).

5. Taran V. (2016) TOP-5 elektronnih iniciativ, yaki zminyat Ukrayinu [Top], 5 electronic initiatives that will change Ukraine]. *Dzerkalo tizhnya [Mirror of the week]*, no. 7. Available at: https://dt.ua/internal/top-5-elektronnih-iniciativ-yaki-zminyat-ukrayinu-_.html (accessed 18 December 2019).

6. Tishkevich B. (2017) Elektronna demokratiya: 11 praktik z Ukrayini [Electronic Democracy: 11 Practices from Ukraine]. *Mistosite*, 05.08.2017. Available at: https://mistosite.org.ua/ru/articles/elektronna-demokratiia-11-praktyk-z-ukrainy (accessed 18 December 2019).

Novikova Inna
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor of Economics and Management Department
Shostka Institute
Sumy State University
Prigara Irina
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor of Economics and Management Department
Shostka Institute
Sumy State University
Tur Aleksandr
Candidate of Economic Sciences,
Head of Economics and Management Department
Shostka Institute
Sumy State University

THE MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC GOVERNANCE IN LOCAL COMMUNITIES OF UKRAINE ON EU PRINCIPLES

The article investigates the mechanism of e-governance in local communities of Ukraine in the context of European integration. In order to identify common trends in local community governance, e-governance has been investigated into existing solutions.

It is revealed that the following electronic tools have been introduced in Ukraine to prevent corruption in local authorities: Prozorro, a website for government procurement and tendering; «E-data» – this site allows to monitor the spending of national and local budgets; "Open budget" – this decision allows to analyze the expenditures and revenues of the budget, visualize budget information; «iGov» – is a platform on which all administrative services provided by the state authorities of Ukraine to citizens and legal entities are gathered; “Single State Open Data Portal” and “Access to Truth” – portals that allow citizens to access necessary public information about the work of state authorities of Ukraine, including local ones; "Unified system of local petitions" – this solution was created to facilitate and speed up the work with citizens' petitions.

The implementation of these decisions is constrained by: low financial, economic and human potential of the territory, which leads to the loss of most e-democracy initiatives; low level of information education of the inhabitants of the territory, which leads to low activity of the community residents in the implementation of e-democracy tools; difficult access to the Internet, especially in rural communities, which minimizes the socio-economic effects of implementing e-democracy tools in rural areas; low level of civic participation of the inhabitants of the territory, which leads to the perception of e-democracy tools as a source of information on the work of state authorities; the reluctance of public servants to disclose information about their activities, which leads to corruption and the closure of public information, etc.

In order to solve the problems identified in the course of the research, it is proposed to improve the existing mechanism for the implementation of e-democracy in the management of the territorial community. This mechanism basically boils down to state regulation of material, information and financial flows between all subjects of the territorial community. In this case, information and communication technologies are an effective tool for redistributing community resources on a fair basis, in compliance with the laws of Ukraine. Redistribution of financial, material and labor resources is carried out in favor of priority directions of community development. Any action by local government authorities is aimed at protecting the socio-economic interests of the community, economic regions, business entities and consumers through the use of a set of tools.

The mechanism of e-democracy in local communities is realized through the direct involvement of the state by applying to the territorial community entities a certain set of environmental and economic instruments to influence their key interests.

The interaction of state authorities and territorial community entities within the framework of the e-democracy implementation mechanism should primarily aim at redistributing production and natural resources and limiting certain parameters of economic activity of territorial community entities in order to comply with socio-economic laws. The fulfillment of these tasks is possible by applying a certain set of instruments of administrative or market regulation of economic activity.

The study concluded the following. Important steps have been taken in Ukraine to organize e-governance in local communities. Effective IT solutions have been created. These information technologies allow to increase the level of civic participation of the residents of the community, to ensure their participation in making management decisions regarding the development of the territorial community. Notwithstanding the significant achievements in the field of e-governance on the ground in Ukraine, it is necessary to improve the effective mechanisms and instruments of forming the cooperation of citizens and public authorities on the principles of the European Union.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗА НАЯВНОСТІ МЕРЕЖЕВОНОГО ЕФЕКТУ ТА КОМП'ЮТЕРНОГО ПІРАТСТВА

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF THE PRICING MARKETING STRATEGY ON THE SOFTWARE MARKET WITH THE NETWORK EFFECT AND COMPUTER PIRACY

УДК 338.242.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-67

Черноусова Ж.Т.
к.ф.-м.н., доцент кафедри математичного моделювання економічних систем
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Бабенко І.Ю.
студентка
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Розвиток більшості компаній відбувається в умовах невизначеності, і здебільшого важко прогнозувати реакцію зовнішнього і внутрішнього середовища. Такий стан справ змушує компанію – виробника програмних продуктів (ПП) до побудови апарату прийняття гнучких управлінських рішень. У роботі розглядається конкуренція комерційного та вільного програмного забезпечення (ПЗ). Даний процес на ринку ПП аналізується за допомогою математичної моделі оптимального управління, де виробник комерційного ПЗ має на меті максимізацію прибутку. Також вивчаються умови, коли різні типи ПЗ співіснують на ринку та коли один із продуктів витісняється іншим. Розроблено комплекс економіко-математичних моделей і методів, що в динаміці описують функціонування ринку ПЗ, які дають змогу аналізувати можливі цінові стратегії компанії – виробника ПЗ і вибирати серед них оптимальну з погляду цільових критеріїв.

Ключові слова: *комерційне програмне забезпечення, вільне програмне забезпечення, програмний продукт, мережевий ефект, комп'ютерне піратство.*

Развитие большинства компаний происходит в условиях неопределенности, и в большинстве случаев трудно прогнозировать реакцию внешней и внутренней среды. Такое положение дел заставляет компанию – производителя программных продуктов (ПП) к необходимости построения аппарата принятия гибких управленческих решений. В работе рассматривается конкуренция коммерческого и свободного программного обеспечения (ПО). Данный процесс на рынке ПП анализируется с помощью математической модели оптимального управления, где производитель коммерческого ПО имеет целью максимизацию прибыли. Также изучаются условия, когда один из продуктов вытесняется другим. Разработан комплекс экономико-математических моделей и методов, в динамике описывающий функционирование рынка ПО и позволяющий проводить анализ возможных ценовых стратегий компании – производителя ПО и выбирать среди них оптимальную с точки зрения целевых критериев.

Ключевые слова: *коммерческое программное обеспечение, свободное программное обеспечение, программный продукт, сетевой эффект, компьютерное пиратство.*

Most companies develop under uncertainty and in most cases it is difficult to predict the external and internal environment. This situation forces the software company to build a device for making flexible management decisions to choose a product strategy, which will provide an opportunity to quickly and adequately respond to the preferences of potential consumers and market demands. The current models and methods allow us to identify mechanisms for the functioning of software markets and to conduct a qualitative analysis of the factors that determine its development. But their use as tools for quantitative analysis of the product market is very limited. In this situation, the development of methods and models for product strategy formation in the context of external network effects and computer piracy is an urgent and important task. This paper examines the competition between commercial and free software. This process in the software market is analyzed using a mathematical model of optimal management, where commercial software is viewed as a competitor aiming to maximize profits, while free software is considered as a non-commercial open source software project. It also examines the conditions when different types of software coexist in the market and when one product is displaced by the other and vice versa. In particular, the state of equilibrium between the two products and possible conditions of its existence were examined. Systematization of existing approaches and models for analysis of the software market is carried out. Based on the analysis, the key determinants of the functioning of the software market, which were used in the development of mathematical methods and models of market analysis, were identified. The complex of economic and mathematical models and methods, which describe in dynamics the functioning of the software market, allow to analyze the possible pricing strategies of the software company and to choose among them the optimal from the point of view of the target criteria. It also examines the concepts and nature of processes related to network effects and computer piracy, and provides an analytical overview of information available in the scientific and specialized literature about these processes.

Key words: *commercial software, free software, software, network effect, computer piracy.*

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій призвів до того, що вже зараз ринок програмного забезпечення (ПЗ) вийшов на одне з перших місць за масштабністю, прибутковістю і швидкістю росту. У зв'язку із цим усе більш актуальними стають необхідність систематичного вивчення цього ринку і виявлення основних параметрів (детермінант), що визначають його функціонування, з метою розроблення методів і моделей аналізу продуктової стратегії компаній – виробників ПЗ, що працюють на даному ринку. Широке поширення Інтернету призвело до зростання несанкціонованого правовласником використання цифрових товарів (піратства). Ця тенденція викликає серйозні побоювання як у компаній – виробників цифрових товарів, так і у юридичної спільноти з огляду на значні втрати у вигляді недоотриманого прибутку. За даними аналітичної компанії Business Software Alliance, 43% користувачів персональних комп'ютерів у світі визнають використання ними піратського програмного забезпечення. Варто відзначити, що в Україні 62% усіх установлених версій програмних продуктів (ПП) є піратськими. У багатьох країнах ефективність використання правових методів, доступних органам державної влади, мала через зневажливе ставлення користувачів

до законодавства в галузі авторського права або недостатнього рівня знання про нього. Це вимагає активного залучення до вирішення проблеми піратства самих компаній-виробників, які в рамках формування продуктової стратегії мають можливість використовувати механізми, здатні знизити рівень поширеності нелегальних версій ПП.

Сучасний ринок програмного забезпечення пропонує користувачам вибір із трьох варіантів:

а) придбати ліцензії та використовувати комерційне програмне забезпечення (наприклад, Microsoft Windows як операційну систему, Microsoft Office як офісний пакет, Microsoft SQL Server як сервер СУБД, Microsoft Internet Information Server як вебсервера, Kismia як мобільний додаток і т. д.);

б) безкоштовно використовувати некомерційне програмне забезпечення (наприклад, Linux як операційну систему, OpenOffice як офісний пакет, MySQL як сервер СУБД, Apache як вебсервер, Tinder як мобільний додаток і т. д.);

в) використовувати піратські копії комерційного програмного забезпечення.

Дані варіанти відповідають трьом типам гравців ринку програмного забезпечення:

а) гравці, що максимізують прибуток від виробництва програмного забезпечення і продажу ліцензій;

б) гравці, не орієнтовані на одержання прибутку від виробництва програмного забезпечення;

в) пірати.

Оскільки змінні витрати дорівнюють нулю, ціна продукту на ринку програмного забезпечення (або, з точки зору споживача, вартість користуванням продуктом) являє собою суму трьох складників:

а) компенсації постійних витрат;

б) доданої (під час продажу) вартості;

в) вартості обслуговування.

При цьому постійні витрати як комерційного, так і некомерційного програмного забезпечення близькі один до одного, проте покупець комерційного продукту компенсує ці витрати виробника, у разі некомерційних продуктів такої компенсації не відбувається.

Вартість обслуговування комерційного та некомерційного програмного забезпечення для споживача приблизно однакова.

Прибуток виробника комерційного програмного забезпечення строго позитивний (і виробник прагне її максимізувати) на відміну від виробника некомерційного продукту, у якого прибуток від продажу дорівнює нулю (некомерційні виробники, однак, також заробляють, але не на продажах).

Може здатися, що вибір споживача дуже простий: використовувати некомерційний продукт у зв'язку з відносно більш низькою ціною володіння ним.

Насправді ситуація складніша. Справа в тому, що на початку конкуренції між комерційним і некомерційним програмним забезпеченням (на початку 90-х років XX ст.) близько 100% ринку було зайнято комерційними виробниками, що на меті мали максимізацію прибутку. Некомерційним виробникам було вкрай складно забезпечити поширення своїх продуктів у зв'язку з великою популярністю й авторитетом комерційних продуктів.

Та протягом останніх 10–15 років некомерційні продукти в багатьох аспектах обігнали своїх комерційних конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями, які розглядаються в даному дослідженні, різною мірою раніше займалися українські та зарубіжні вчені. Що стосується моделювання конкуренції на ринку програмного забезпечення, то абсолютна більшість робіт, проведених у цьому напрямі, присвячена дослідженню процесів тіньового поширення нелегальних копій ліцензійних комерційних програмних продуктів. Тут передусім варто відзначити роботи М. Гівона, П. Деванбю, А.Н. Козирєва, В. Махаджана, Е. Мюллера, С.А. Середи і С. Стаблбайна [2].

Практичні результати робіт В.Л. Макарова, В.А. Васильєва, В.І. Данилова, Г.А. Кошового і А.І. Сотскова із загальної теорії економічної рівноваги виправдовують цінову дискримінацію на ринках інтелектуальної власності й обґрунтовують існування ефективної рівноваги на таких ринках.

Традиційно вивчення індустріальних ринків і продуктових стратегій компаній на цих ринках ведеться засобами мікроекономічного аналізу. Також були опрацьовані результати Х.Р. Веріан, М.Л. Катца, Дж. Фаррелла, К. Шапіро та Н. Економайеса з проблематики ринків мережевих товарів і послуг. В основу дослідження лягли роботи М. Гівона, К.Р. Коннера, Р.П. Рамелта, В.І. Соловйова, Л.Н. Такеями, О. Шая. Запропоновані в академічних працях зазначених авторів моделі порівняльної статики дають змогу виявити механізми функціонування ринків програмних продуктів (ПП) і провести якісний аналіз чинників, що визначають його розвиток.

Також у рамках дослідження були опрацьовані роботи В.Л. Макарова, Г.Б. Клейнера, Б.З. Мільнера у сфері оцінки нематеріальних активів; А.Н. Козирєва, С.А. Середи, присвячені вивченню особливостей функціонування ринків нематеріальних товарів за наявності піратства; Е.В. Стельмашонок, І.В. Ільїна у сфері інформаційної безпеки [5].

Дослідженню мережевих ефектів присвячено роботи Т. Вейла, Х. Лейбенстайна, М. Катца, К. Шапіро, С. Марголіса, С. Лейбовітца, П. Сванна, С. Беррі, Дж. Фаррелла. В Україні дослідженням мережевих ефектів присвячено праці відомого українського економіста А.А. Грищенка.

Конкуренція комерційного та некомерційного програмного забезпечення дотепер переважно розглядалася з позиції споживача, а не вироб-

ника (серед таких досліджень споживчого вибору потрібно відзначити роботи Д. Лі і Х. Мендельсона).

Дослідження конкуренції комерційного та некомерційного програмного забезпечення значною мірою базується на роботі Р. Касадесус-Масанелла і П. Гемавата.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення моделі, методів і алгоритмів аналізу ринку програмного забезпечення та формування цінової стратегії за наявності зовнішнього мережевого ефекту і комп'ютерного піратства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні у світі налічується близько 8 тис сервісів для онлайн-знайомств, і з кожним роком їх кількість збільшується на тисячу. За даними аналітика японського холдингу Nomura Instinet Марка Келлі, до 2020 р. обсяг світового ринку онлайн-знайомств виросте до $12 млрд.

Сьогодні в умовах перенасичення ринку великими гравцями на піку популярності знаходяться нішеві сайти і додатки для знайомств. Для того щоб виробники програмного забезпечення такого типу змогли функціонувати в умовах конкуренції, їм необхідно визначити цінову політику, яка буде забезпечувати компанії стабільний прибуток.

За статистичними даними, лідерами у сфері онлайн-знайомств для аудиторії віком 18–25 років є два гравці: Kismia та Tinder. Перший із них – комерційний продукт української фірми Genesis, яка займається розробленням додатків, що мають популярність у всьому світі. Інший продукт є розробкою Hatch Labs, що знаходиться в Америці і розповсюджується у вільному доступі.

Компанії мають різні підходи до монетизації додатків: Genesis продає ліцензію на користування додатком, тоді як Hatch Labs монетизує свій продукт за допомогою реклами, яку розміщують у своєму додатку. Тому перед компанією Genesis постає проблема: яку ціну потрібно встановити для додатку, щоб користувач не віддав перевагу безкоштовному продукту, а купив ліцензію на комерційну версію програмного забезпечення.

Почнемо з установлення моделі попиту. Ринок передбачається таким, що лінійно зростає з темпом a: за одиницю часу на ринок приходять a нових користувачів, тобто сумарне число користувачів на ринку на момент часу t:

$$N(t) = N_0 + at.$$

Будемо вважати, що кожен новий користувач вибирає один і тільки один продукт: або набуває копію комерційного ПЗ, або безкоштовно скачує копію некомерційного ПЗ. Через $y_K(t), y_T(t)$ позначимо сумарне число користувачів додатків Kismia та Tinder відповідно, що виходять на ринок кожного моменту часу t [5].

Параметр $\delta \in [0,\infty]$ – це «швидкість занепаду» або «смертність» минулих продажів, що характеризує частку користувачів, які купили/завантажили програмне забезпечення, але через деякий час перестали ним користуватися і більше не входять до мережі. Якщо $q(\tau)$ – це частка людей, які купують комерційне ПЗ у момент часу τ, то ніша, яку займають ці користувачі, буде:

$$y_K(t) = \int_0^t e^{-\delta(t-\tau)} a q(\tau)\, d\tau.$$

Відповідно, продиференціюючи рівняння, отримаємо:

$$\frac{dy_K}{dt} = aq(t) - \delta y_K(t).$$

Зауважимо, що незалежно від значення $\delta, y(t) \geq 0$, оскільки $q(t) \geq 0$ для всіх t.

Припустимо, що кожна особа використовує однин і лише один програмний продукт: вона або купує підписку на Kismia, або завантажує Tinder безкоштовно [7]. Таким чином, якщо $1 - q(\tau)$ – це частина осіб, що перебувають у когорті (групі користувачів, які почали користуватися додатком протягом певного проміжку часу) на момент часу τ і завантажують та використовують Tinder, то

$$y_T(t) = \int_0^t e^{-\delta(t-\tau)} a\left(1 - q(\tau)\right) d\tau.$$

Відповідно отримаємо:

$$\frac{dy_T}{dt} = a\left(1 - q(t)\right) - \delta y_T(t).$$

Ціна некомерційного продукту передбачається нульовою (або рівною граничним витратам), а комерційний виробник приймає рішення про встановлення ціни ліцензії на використання продукту в розмірі p грошових одиниць.

Нехай $y(t) \equiv y_K(t) - s y_T(t)$, де s − скаляр, більший за 1. Дана тотожність зазначає півень переваги у кількості користувачів Kismia. Якщо $y(t) > 0$, сукупне значення людей, що купили ліцензію Kismia, більше, ніж тих, хто надав перевагу Tinder.

Розглянемо сутність параметра s. Формально s – абсолютна величина похідної y відносно y_T: $s = -\frac{\partial y}{\partial y_T}$.

Ця величина утворюється внаслідок впливу demand-side learning (навчання з боку попиту) – поняття, що характеризує перевагу програмного забезпечення з відкритим кодом у контексті того, що користувачі можуть безпосередньо змінювати код (коли вони стикаються з проблемами або мають нові ідеї, як його вдосконалити), тому і цикл розроблення значно коротший.

Параметр s уводиться у модель для того, щоб стимулювати технологічну роботу Genesis задля захоплення більшої частки ринку, зважаючи на привілеї у процесі розроблення вільного програмного забезпечення [5].

Оскільки $s > 1$, збільшення y_T має більш позитивний вплив на сприйнятну якість Tinder, аніж негативний, у разі збільшення y_K. Параметр s має дві взаємодоповнювальні інтерпретації: різницю в

навчанні на основі попиту між вільним програмним забезпеченням (ВПЗ) і комерційним (КПЗ) та різницю міцності зовнішніх мереж завдяки наявності додаткового програмного забезпечення. Таким чином, для заданого рівня мережевих зовнішніх ефектів, зумовлених доповненнями, збільшення s відповідає зміцненню навчання з боку попиту для ВПЗ.

Нехай $u_K(y(t))$ та $u_T(y(t))$ позначає цінність для когорти, що входить у момент t для додатків Kismia та Tinder відповідно. Параметр $u(y(t))$ є технологічною траєкторією. Траєкторія ПЗ – це функція його кумулятивної частки ринку $y_K(t)$ і сукупної ринкової частки конкуруючого ПЗ – $y_T(t)$. Коли δ = 0, ефект минулих покупок на поточну цінність КПЗ $u_K(y(t))$ та ВПЗ $u_T(y(t))$ ніколи не згасає. Зрозуміло, що якщо δ = 0 і $q(t)>0$ для всіх t, то $y_K(t)\to\infty$. З іншого боку, коли $\delta\to\infty$ вплив минулих покупок на поточні значення Kismia та Tinder негайно згасає. У цьому разі $y_K(t)=q(t)\le 1$ для всіх t, а частки ринку ніколи не накопичуються [4]. Зробимо такі припущення:

1. Припустимо, що функція попиту лінійна: цінність КПЗ для частки користувачів $q\in[0,1]$ дорівнює $u_K(y(t))(1-q)$. Аналогічно, цінність ВПЗ: $u_T(y(t))(1-q)$. Графічно це виглядає так, як на рис. 1. Корисності $u_K(y(t))$ та $u_T(y(t))\ge 0$, тобто корисність ПЗ завжди є позитивною або нульовою.

Таким чином, технологічні траєкторії вважаються обмеженими знизу. Це гарантує чітко визначені функції попиту.

Далі припустимо, що $\lim_{y\to-\infty} u_K(y)=\lim_{y\to\infty} u_T(y)=0$, тобто корисність ПЗ наближається до нуля, якщо практично всі використовують інше ПЗ.

2. $\frac{\partial u_K(y)}{\partial y_K}>0$, $\frac{\partial u_T(y)}{\partial y_T}>0$, тобто значення корисності ПЗ збільшується із сукупною часткою ринку ПЗ.

Це пояснюється мережевим ефектом: чим більше людей використовує чи використовувало дане ПЗ, тим більш цінним є цей продукт для користувача. У нашому разі користувач буде цінувати найбільше той додаток для знайомств, в якому зареєстровано більше осіб.

Припущення також означає, що $\frac{\partial u_K(y)}{\partial y_T}<0$ та $\frac{\partial u_T(y)}{\partial y_K}<0$, тобто корисність ПЗ зменшується у міру збільшення сукупної частки ринку конкуруючого ПЗ. Знову ж таки це пов'язано з увагою та зусиллями, які сторонні розробники приділяють створенню нового та вдосконаленню старого програмного та апаратного забезпечення.

3. Нехай y^0 − значення y, для якого і Tinder і Kismia сприймаються як однаково цінні.

Тобто $u_K(y^0)=u_T(y^0)$. Припущення 2 і 3 означають, що y^0 існує й є єдиним. Припустимо, $\frac{d^2u_K(y)}{dy_K^{\,2}}\le 0$ і $\frac{d^2u_T(y)}{dy_T^{\,2}}\ge 0$ для $y>y^0$. Це припущення говорить про те, що збільшення y_K при $u_K(y)>u_T(y)$ зменшує граничний вплив на цінність Kismia, а збільшення y_T має зростаючий граничний ефект на цінність Tinder.

Коли Tinder і Kismia доступні і останній додаток продається за ціною p клієнту, який не вбачає різниці між двома продуктами, то:

$$u_K(y)(1-q)-p=u_T(y)(1-q).$$

Таким чином, ціна додатку Kismia задається формулою:

Рис. 1. Функція цінності для додатків

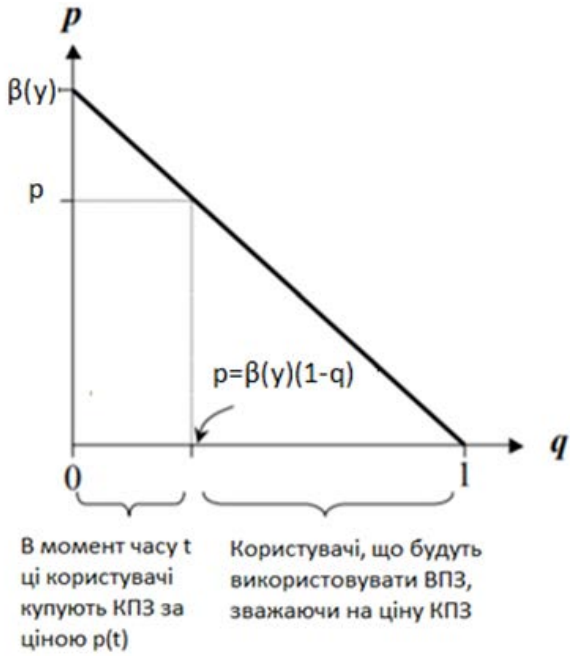


Рис. 2. Функція рівноважної ціни

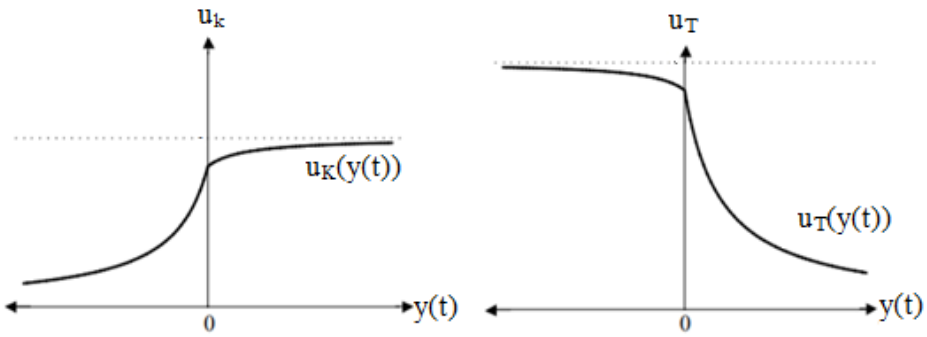


Рис. 3. Графік зміни цінності кожного з додатків

$$p = \beta(y)(1-q),$$

де $\beta(y) \equiv u_K(y) - u_T(y)$ вказує на різницю цінності між ВПЗ та КПЗ [7].

Тобто різниця у цінності додатків є змінною їх кумулятивних часток ринку в часі. Це пояснюється знову ж таки мережевим ефектом: цінність продукту збільшується зі збільшенням кількості його користувачів.

Графічно це виглядає так (див. рис. 2).

Зауважимо, що у цій моделі клієнти кожної нової когорти купують ПЗ, який є найціннішим для них (після віднімання ціни). Це також можна трактувати так, що продукт має малу довговічність (через швидкі інновації) і що вони занадто незначні, щоб впливати на майбутню цінність ПП своїм рішенням про придбання.

Наступні S-подібні технологічні траєкторії пояснюють припущення щодо утворення цінності продуктів. Нехай $\lambda \in (0,1)$. Тоді:

$$u_K(y) = \begin{cases} \overline{u_K} - \dfrac{\lambda}{\ln(1+y)}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \dfrac{\overline{u_K} - \lambda}{\ln(1-y)}, \text{в іншому випадку}, \end{cases}$$

$$u_T(y) = \begin{cases} \dfrac{\overline{u_T} - \lambda}{\ln(1+y)}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \overline{u_T} - \dfrac{\lambda}{\ln(1-y)}, \text{в іншому випадку}, \end{cases}$$

де $\overline{u_K}, \overline{u_T}$ – два скаляри більше одиниці, що характеризують усереднене значення цінності додатку з погляду виробника. У цьому прикладі Kismia – ціннiший додаток, аніж Tinder, коли $y_K > \dfrac{\overline{u_T} - \overline{u_K}}{\overline{u_K}} + sy_T$.

У такому разі функції корисності будуть виглядати так (див. рис. 3).

Припустимо, що під час t = 0 Kismia сприймається як більш цінна, ніж Tinder. Тобто $\beta(y(0)) > 0$. Зауважимо, що коли виробник КПЗ встановлює p = 0 та $\beta(y) > 0$, попит на нього становить 1 (розмір когорти, що вводиться). Таким чином, поки $\beta(y(0)) > 0$, виробник КПЗ може захопити всю нову когорту, встановивши p = 0. Однак у цьому разі прибуток також дорівнює 0. Клієнт, який найбільше цінує КПЗ, готовий платити не більше $\beta(y)$ для зростаючої функції частки ринку y_K. На відміну від цього, якщо ринкові частки такі, що $\beta(y) \leq 0$, то ніхто не готовий платити за Kismia [5].

Слід відзначити те, що кожного періоду частина когорти ρ використовує піратські копії Kismia.

Г. Беккер у своїй роботі пише про те, що завжди будуть знаходитися ті користувачі, які захочуть скористатися піратською копією ПЗ. Для побудови моделі з поясненням цієї злочинності як інструмент для «здійснення крадіжки» Беккер використовує функцію дисекономії та функцію зовнішнього добробуту. Посилаючись на цю модель, стає зрозуміло, що такий учинок пояснюється не іншою мотивацією людини, що купує ліцензією легально, а через власну оцінку втрат і цінності, що суттєво відрізняється від оцінки легальних користувачів.

Припустимо, що частка піратів невелика (позитивна, але достатньо близька до нуля). Оскільки ρ – це користувачі піратської версії КПЗ, то попит на нього (за ціною p) буде становити:

$$j = q - \rho q = q(1-\rho), j = \left(1 - \frac{p}{\beta(y)}\right)(1-\rho).$$

Щодо кумулятивних часток ринку для Kismia і Tinder, маємо:

$$\frac{dy_K}{dt} = a\frac{j(t)}{(1-\rho)} - \delta y_K(t),$$

$$\frac{dy_T}{dt} = a\left(1 - \frac{j(t)}{(1-\rho)}\right) - \delta y_T(t) \text{ відповідно.}$$

При цьому:

$$\frac{dy}{dt} = a\left(\frac{j(t)}{1-\rho} - s\left(1 - \frac{j(t)}{1-\rho}\right)\right) - \delta y(t).$$

Нехай r − ставка дисконтування Genesis, w – змінні витрати на виробництво ПЗ, k – мінімальний відсоток повернення вкладених коштів, на яке розраховує компанія-виробник, а гранична вартість додаткової копії КПЗ дорівнює нулю [5].

За таких умов проблема Genesis:

$$F = \int_0^t e^{-rt} aj(t)(p(t) - w)dt \to max.$$

За обмежень:

$$\frac{dy}{dt} = a\left(\frac{j(t)}{1-\rho} - s\left(1 - \frac{j(t)}{1-\rho}\right)\right) - \delta y(t),$$

$$j(t) = \left(1 - \frac{p(t)}{\beta(y(t))}\right)(1-\rho),$$

$$\beta(y(t)) > 0,$$

$$\beta(y(t)) = u_K(y(t)) - u_T(y(t)),$$

$$p(t) \geq (1+k)w,$$

$$u_K(y(t)) = \begin{cases} \overline{u_K} - \dfrac{\lambda}{\ln(1+y(t))}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \dfrac{\overline{u_K} - \lambda}{\ln(1-y(t))}, \text{в іншому випадку} \end{cases}$$

$$u_T(y(t)) = \begin{cases} \dfrac{\overline{u_T} - \lambda}{\ln(1+y(t))}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \overline{u_T} - \dfrac{\lambda}{\ln(1-y(t))}, \text{в іншому випадку} \end{cases}$$

Приведемо отриману модель до моделі з дискретним часом:

$$F = \sum_{t=1}^{t=12} \frac{aj_t(p_t - w)}{(1+r)^t} \to max,$$

$$p_t \geq (1+k)w,$$

$$y_t = y_{t-1} + a\left(\frac{j_t}{1-\rho} - s\left(1 - \frac{j_t}{1-\rho}\right)\right) - \delta y_{t-1},$$

$$j_t = \left(1 - \frac{p_t}{\beta(y_t)}\right)(1-\rho),$$

$$\beta(y_t) > 0,$$

$$\beta(y_t) = u_K(y_t) - u_T(y_t),$$

$$u_K(y_t) = \begin{cases} \overline{u_K} - \dfrac{\lambda}{\ln(1+y_{t-1})}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \dfrac{\overline{u_K} - \lambda}{\ln(1-y_{t-1})}, \text{в іншому випадку} \end{cases}$$

$$u_T(y) = \begin{cases} \dfrac{\overline{u_T} - \lambda}{\ln(1+y_{t-1})}, \text{якщо } y_K \geq sy_T \\ \overline{u_T} - \dfrac{\lambda}{\ln(1-y_{t-1})}, \text{в іншому випадку}. \end{cases}$$

Перш ніж приступити до розв'язку задачі, потрібно визначити вхідні параметри моделі. Компанії – виробники програмного забезпечення вирізняються швидкими темпами зміни підходів до стратегії прийняття рішень. Це пояснюється постійними змінами інновацій та ринку, на якому вони працюють. Компанія Genesis не є винятком.

Ефективним періодом прийняття таких управлінських рішень вони вважають один рік, протягом якого імплементують вибрану модель, тому параметр t приймаємо за 12 місяців. За даними цієї компанії, експертним методом було вирішено присвоїти корисності додатку Kismia ліміт корисності 20, а його конкуренту Tinder – 10. Тобто $\overline{u_K} = 20, \overline{u_T} = 10$. На момент звернення до даних кількості завантажень двох додатків було отримано: $y_K = 23456, y_T = 22123$, звідси $y(0) = 1300$. За даними App Store, кожного моменту часу (кожного місяця) на ринок виходять у середньому 500 нових користувачів: скачуюють додаток Kismia або Tinder. Тобто a=500. Величина s, що характеризує поняття demand-side learning, становить 1,2. Тобто цикл виробництва вільного ПЗ займає в 1,2 менше часу, ніж його конкурент – комерційне ПЗ. За даними компанії Genesis, у середньому 1% користувачів використовує піратську версію додатку Kismia ($\rho = 0.01$), а витрати на технічну підтримку однієї версії додатку не перевищують $1.

Візьмемо до уваги максимальне значення w = 1 для визначення гарантованого виграшу. Зокрема, кожного моменту часу 1% користувачів, які вже придбали додаток, до моменту часу t покидають нішу (перестають використовувати додаток і сплачувати за нього) – $\delta = 0.01$. Візьмемо дисконтну місячну ставку за 1%, тобто r = 0,01.

Стратегія Genesis полягає у керуванні ціною додатку так, щоб забезпечити собі максимальний дохід. Важливим чинником є й те, щоб охопити більшу частку ринку, ніж її конкурент. Занадто мала ціна призведе до того, що компанія може недоотримати дохід, який би могла мати за оптимальної ціни. Завелика ціна зменшить кількість охочих купити додаток, оскільки ціна може перевищити цінність продукту. Тому знаходження ціни на додаток Kismia є важливим питанням щодо формування стратегії компанії. Нині ціна на додаток Kismia становить $10. Як правило, працівники компанії проводять розрахунки щодо зміни ціни у часі і приймають рішення на основі даних.

Розглянемо деякі стратегії компанії Genesis щодо регулювання ціни:

а) встановлення ціни на рівні $10 без змін у часі;

б) встановлення ціни на рівні $10 і поступове її збільшення до $12;

в) встановлення ціни на рівні $10 і поступове її зменшення до $8.

Отже, розглянемо перший варіант, коли ціна залишається сталою. З розрахунків бачимо, що за незмінної ціни на рівні $10 загальний прибуток за рік становить $15 065. При цьому частка ринку спадає незначними темпами: на початку року вона становить 43%, а на його кінець – 43%. Схожу тенденцію можна помітити і в зміні різниці кумулятивних часток ринку – з 1 300 зменшується до 338. Це говорить про те, що частка Kismia зменшується, а частка Tinder, навпаки, збільшується. Можна припустити, що з деяким часом, якщо компанія не прийме відповідні міри,

кумулятивна частка ринку Kismia скоротиться до 0.

Розглянемо другий варіант ціноутворення для додатку. З проведених розрахунків помітно, що за збільшення ціни протягом року компанія має прибуток $15 041, що дещо менше за стратегію зі сталою ціною. При цьому зі збільшенням ціни зменшується частка користувачів, що купують комерційний додаток: 43% скоротилося до 11%. Також можемо відзначити, що y скорочується з більш стрімкими темпами і має від'ємні значення. На 12 місяців різниця кумулятивних часток ринку стала від'ємною, що свідчить про те, що Tinder витіснив його комерційний аналог.

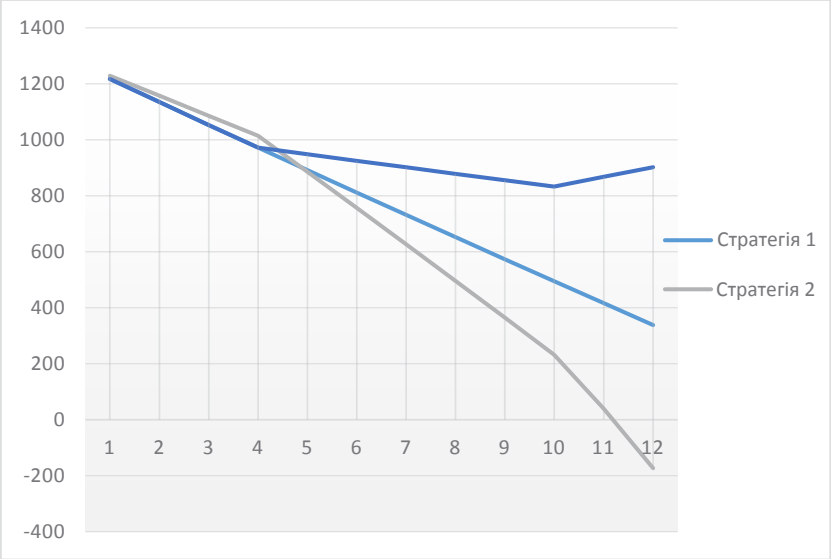


Рис. 4. Графік різниці кумулятивних часток додатків

Розглянемо третій варіант стратегії з поступово спадаючою ціною. З розрахунків можна відзначити, що загальний прибуток становить $17 026. Частка ринку комерційного додатку збільшується від 43% до 53% протягом 12 місяців. Приріст кумулятивної частки ринку має позитивну динаміку: зі зменшенням ціни збільшується значення приросту і в підсумку набуває значень більших від нуля, що відображається на загальній різниці y_t кумулятивних часток додатків на ринку.

Порівняємо обраховані значення для трьох стратегій:

Таблиця 1

Порівняльні значення для стратегій

Стратегія	F_t	y_t	$j(t)$
1	15 065,3₴	338	43%
2	15 041,8 ₴	-128	11%
3	17 026,0 ₴	902	53%

З обрахунків бачимо, що виграшною стратегією є стратегія 3: вона забезпечує найбільший прибуток, незважаючи на те що має не найбільші ціни. Також ця стратегія вирізняється зростанням різниці кумулятивних часток, що в довгостроковій перспективі забезпечує максимальний обсяг ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Побудована динамічна модель конкуренції виробників комерційного та некомерційного програмних продуктів дала змогу проаналізувати механізм конкуренції на прикладі ринку мобільних додатків. Виявилося, що якщо розглядати ринок без піратства і вважати змінні витрати виробника комерційного продукту нульовими, то в таких умовах комерційний і некомерційний продукти співіснують на ринку тільки в тому разі, коли збільшення числа користувачів некомерційного продукту більше підсилює його бренд, аніж послаблює бренд його комерційного конкурента; якщо ж це не так, то комерційний продукт повністю витісняє некомерційний продукт із ринку. При цьому за відсутності тіньового ринку нелегальних копій програмного забезпечення і в умовах нульових змінних витрат комерційного виробника останній ні за яких умов не може бути витіснений із ринку некомерційним конкурентом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Салтан А.А. Моделювання ринкового програмного забезпечення. *Прикладна інформація*. 2016. № 2. С. 9–17.

2. Середа С.А. Аналіз ризиків і мінімізація втрат від нелегального розповсюдження програмних продуктів. Москва, 2015.

3. Соловйов В.І. Стратегія та тактика конкуренції на ринку програмного забезпечення. *Вега-Інфо*. 2010. № 3. С. 14–38.

4. Khouja M., Park S. Optimal pricing of digital experience goods under piracy. *Journal of Management Information Systems*. 2017. № 24. P. 109–141.

5. Casadesus-Masanell D., Ramon G., Pankaj Ghemawat T. Dynamic Mixed Duopoly: A Model Motivated by Linux vs. Windows. *Management Science 52*. 2017. № 7. P. 1072–1084.

REFERENCES:

1. Saltan A. A. (2016) Modeliuvannia rynkovoho prohramnoho zabezpechennia [Market software modeling]. Applied information, no. 2, pp. 9–17.

2. Sereda S. A. (2015) Analiz ryzykiv i minimizatsiia vtrat vid nelehalnoho rozpovsiudzhennia prohramnykh produktiv [Risk analysis and minimization of losses from illegal distribution of software products] (PhD Thesis). Moscov: Evrika.

3. Soloviov V. I. (2010) Stratehiia ta taktyka konkurentsii na rynku prohramnoho zabezpechennia [Competition strategy and tactics in the software market]. Vega-Info, no. 3, pp. 14−28.

4. Khouja M., S. Park. (2017) Optimal pricing of digital experience goods under piracy. *Journal of Management Information Systems*, no. 24, pp. 109–141.

5. Casadesus-Masanell D., Ramon G., Pankaj Ghemawat T. (2016) Dynamic Mixed Duopoly: A Model Motivated by Linux vs. Windows. *Management Science 52*, no. 7, pp. 1072–1084.

Chernousova Zhanna
Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Mathematical Modeling
of Economic Systems
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
Babenko Iryna
Student
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF THE PRICING MARKETING STRATEGY ON THE SOFTWARE MARKET WITH THE NETWORK EFFECT AND COMPUTER PIRACY

Most companies develop under uncertainty and in most cases it is difficult to predict the external and internal environment. This situation forces the software company to build a device for making flexible management decisions to choose a product strategy, which will provide an opportunity to quickly and adequately respond to the preferences of potential consumers and market demands. The current models and methods allow us to identify mechanisms for the functioning of software markets and to conduct a qualitative analysis of the factors that determine its development. But their use as tools for quantitative analysis of the product market is very limited. In this situation, the development of methods and models for product strategy formation in the context of external network effects and computer piracy is an urgent and important task.

This paper examines the competition between commercial and free software. Today there are two types of software: commercial and free. Because free software is distributed free (while a commercial user has to pay), the developer of a commercial product faces the problem of setting a price when the company can maximize its profits and compete with its free counterpart. This process in the software market is analyzed using a mathematical model of optimal management, where commercial software is viewed as a competitor aiming to maximize profits, while free software is considered as a non-commercial open source software project. It also examines the conditions when different types of software coexist in the market and when one product is displaced by the other and vice versa. In particular, the state of equilibrium between the two products and possible conditions of its existence were examined.

Systematization of existing approaches and models for analysis of the software market is carried out. Based on the analysis, the key determinants of the functioning of the software market, which were used in the development of mathematical methods and models of market analysis, were identified. The complex of economic and mathematical models and methods, which describe in dynamics the functioning of the software market, allow to analyze the possible pricing strategies of the software company and to choose among them the optimal from the point of view of the target criteria.

It also examines the concepts and nature of processes related to network effects and computer piracy, and provides an analytical overview of information available in the scientific and specialized literature about these processes.

We used the following research methods: comparative analysis and synthesis, and methods of economic and mathematical modeling.

The results of the work indicate the feasibility of reducing the price of a commercial product to an acceptable level in order to increase the market share occupied by the product and, as a consequence, increase profits.

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕХАНІЗМУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

STATE SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN AGRICULTURE USING THE MECHANISM OF RESOURCE POTENTIAL

УДК. 338.43:334.723
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-68

Гальцова О.Л.
д.е.н., професор, завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин
Класичний приватний університет

У статті охарактерезована необхідність докорінно перебудувати матеріально-технічну базу вітчизняного агропромислового виробництва на основі прискорення темпів НТП та інноваційного розвитку. Досліджено проблеми формування матеріально-технічної бази оптимальних розмірів і відповідної структури сільського господарства. Обгрунтовано формування раціональної, біосферосумісної та екологічно безпечної матеріально-технічної бази в усіх галузях сільського господарства країни, яка потребує існування ефективно розвинутого ринку засобів виробництва та предметів праці агропромислового призначення. Наведено напрями для розвитку інноваційної діяльності. Визначено пріоритетні напрями реалізації інноваційної продукції, широкого застосування науково-технічного та соціально-економічного прогресу на макроекономічному рівні належить здійснення національних і державних програм, законодавчо-нормативних актів, спрямованих на комплексне багатовекторне вирішення важливих проблем розвитку агропромислового виробництва країни.

Ключові слова: *агропромисловий комплекс, державне регулювання, інновації, інноваційний розвиток, сільське господарство, матеріально-технічна база.*

В статье охарактеризована необходимость радикально перестроить материально-техническую базу отечественного агропромышленного производства на основе ускорения темпов научно-технического прогресса и инновационного развития. Исследованы проблемы формирования материально-технической базы оптимальных размеров и соответственной структуры сельського хозяйства. Обоснованно формирование рациональной, биосферосовместной и экологично безопасной материально-технической базы во всех отраслях сельського хозяйства страны, которая требует существования эфективно развинутого рынка средств производства и предметов труда агропромышленного назначения. Приведены направления для розвитя инновацийнои деяльности. Определены приоритетные направления реализации инновациной продукции, широкого применения науково-техничного и социально-экономического прогреса на макроекономическом уровне относится осуществление национальнфх и государственных программ, законодательно-нормативных актов, направленных на комплексное многовекторное решение важных проблем развития агропромышленного производства страны.

Ключевые слова: *агропромышленный комплекс, государственное регулирование, инновации, инновационное развитие, сельское хозяйство, материально-техническая база.*

The article describes the need to radically restructure the material and technical base of domestic agricultural production on the basis of accelerating the pace of scientific and technological progress and innovative development. Investigated problems of formation material and technical basis optimal sizes and appropriate structure of agriculture, which has two aspects: the release of required amount and high quality of clean agricultural machinery, engineering and equipment to the best foreign samples and isignificant increase efficiency of agriculture in general and each area of them, in particular to ensure accumulation real capital and related funds, primarily in agriculture. It is justified the formation of a rational, biosphere-compatible and environmentally safe material and technical base in all sectors of the country's agricultural sector, which requires the existence of an efficiently developed market for agricultural products and labor. The directions for the development of innovative activity are given, where the organizational forms of practical application of scientific achievements in agro-industrial production become important. The priority areas for the implementation of innovation products, the widespread use of science, technology and socio-economic progress at the macroeconomic level include the implementation of national and state programs, important legislative and normative legislative decisions. A set of measures is proposed, which are aimed at radical restructuring of the material and technical base of domestic agro-industrial production on the basis of accelerating the pace of scientific and technological development and innovative development. As a result of the proposed measures, the priority tasks of creating and equipping agricultural production with modern technically advanced machine-tractor fleet, the need for special attention from the state and the direction of development of innovative potential of agriculture are substantiated.

Key words: *agro-industrial complex, state regulation, innovations, innovative development, agriculture, material and technical base.*

Постановка проблеми. В основі аграрної політики лежить розуміння особливої ролі аграрного сектора економіки в життєдіяльності суспільства. Сільськогосподарська продукція у всьому світі є стратегічним товаром, однією з основ нормального існування і прогресу суспільства [1]. Тому підтримка сільськогосподарського виробництва є найважливішим завданням економічної політики держави. Необхідність державної підтримки розвитку сільського господарства в Україні зумовлена специфікою виробництва, цілеспрямованим захистом інтересів сільгосптоваровиробника і споживача від зовнішнього впливу, значною капіталомісткістю і низьким конкурентним потенціалом, характером субсидування соціальної інфраструктури у сільській місцевості [2].

Обов'язкова присутність держави в аграрній сфері пояснюється необхідністю забезпечення соціально-економічних умов для її розвитку, що в першу чергу торкається субсидування соціальної інфраструктури в сільській місцевості [3].

[1] ORCID: https://orcid.org / 0000-0003-0012-0371

Основними чинниками, що зумовили погіршення стану соціально-економічного розвитку, є спад виробництва сільськогосподарської продукції, зниження його ефективності, відсутність системності та недостатність державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, поглиблення диспаритету цін на продукцію сільського господарства та вхідні ресурси, низький рівень доходів сільського населення і, відповідно, низька купівельна спроможність населення країни. Для України ця проблема довгий час буде надзвичайно гострою у зв'язку з відставанням розвитку об'єктів сільської соціальної інфраструктури, транспортної мережі [4] тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням інноваційного розвитку та державної підтримки сільського господарства приділяли увагу вітчизняні та зарубіжні учені. Серед українських авторів слід виділити: Г.О. Андрусенка, Л.М. Анічина, А.С. Гальчинського, В.М. Геєць, М.В. Гладій, С.І. Дем'яненко, Д. Крисанова, М.А. Латиніна, П.М. Макаренка, В.Я. Месель-Веселяка, Г.І. Мостового, П.Т. Саблука, В.М. Трегобчука, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина та інших, проте виникає необхідність обгрунтування таких напрямів державної підтримки іноваційного розвитку в сільсього господарстві, які є актуальними в сучасних соціально-економічних умовах.

Постановка завдання. Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні й розробці пропозицій щодо запровадження науково-технічних програм інноваційних заходів та їх органічне поєднання з діяльністю органів державного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Задоволення потреб суспільства в достатній за обсягами та асортиментом, високоякісній, доступній за цінами сільськогосподарській продукції може бути здійснено лише за належного забезпечення агропромислового виробництва матеріально-технічними засобами [5]. Основу цих засобів становлять машинні технології, що ґрунтуються на використанні сучасних технологічних комплексів машин, диференційованих відповідно до зональних і регіональних особливостей виробництва.

Крім того, конкурентоспроможність аграрного виробництва та аграрної продукції великою мірою залежить від того, наскільки комфортними є умови праці, а також від того, як підтримуються, зберігаються та нормуються вимоги ресурсо-екологічної безпеки господарської діяльності у складних природно-кліматичних умовах, наскільки ефективно та раціонально використовуються природні ресурси сільськогосподарського призначення. Усе це, у свою чергу, залежить знову-таки від застосування технічних засобів і технологій, способів й організаційних методів ведення виробництва в сільському господарстві, у кожному аграрному підприємстві.

Сталий розвиток сільського господарства, створює необхідні передумови для реального самозабезпечення всіх землеробських регіонів країни основними продуктами харчування місцевого виробництва. Тому слід у кожному з них створити розгалужену інфраструктуру перероблення, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції на основі використання новітніх досягнень НТП, енерго- й ресурсоощадних та екологічно безпечних технологій і видів технічних засобів [1]. Створення біосферосумісної та екологічно безпечної матеріально-технічної бази сталого розвитку сільського господарства в перспективі має ґрунтуватися переважно на власному потенціалі енергетичного забезпечення, насамперед, рідкими видами палива. Тобто йдеться про те, що в сільському господарстві має досягатися у кожному конкретному випадку оптимальне співвідношення між незалежними внутрішніми та централізованими джерелами енергопостачання, адже без оптимізації енергозабезпечення агропромислового виробництва неможливе його переведення на модель сталого розвитку. Ця, на перший погляд, очевидна умова якраз і є найбільш проблемною у зв'язку з тим, що на державному рівні вона не вирішується належним чином [3; 5].

Сільське господарство має вкрай незадовільне забезпечення енергоресурсами, а також катастрофічний стан його матеріально-технічної бази та високі рівні зношеності основних засобів виробництва, тому слід більш детально розглянути пріоритетні завдання щодо створення біосферосумісної та екологічно безпечної матеріально-технічної бази його функціонування у нових умовах господарювання на засадах сталого розвитку. Одним із найважливіших завдань, безперечно, є оснащення, передусім, аграрного виробництва сучасним і технічно досконалим машинно-тракторним парком. З цією метою необхідно розробити та налагодити виробництво високопродуктивної й екологічно безпечної сільськогосподарської техніки, експлуатаційно-технологічні параметри якої відповідатимуть сучасним агроекологічним та економічним вимогам сільськогосподарського виробництва [6].

Сільськогосподарські машини і технічні засоби, що випускалися за радянських часів, сьогодні практично не відповідають вимогам, з одного боку, нових організаційно-правових форм господарювання в аграрній сфері, а з іншого – ресурсо-екологічної безпеки ведення господарської діяльності, а також екологічним критеріям, стандартам і нормативам, що висуваються в нинішніх умовах до всіх технічних засобів і технологій, застосовуваних у сільському господарстві. Надто зношена та застаріла, техніко-технологічна база в аграрній сфері не відповідає й вимогам сталого розвитку аграрного виробництва [7].

Сільське господарство нині відчуває гострий дефіцит матеріально-технічних та енергетичних ресурсів. Водночас випереджальними темпами зростають ціни на них і різні послуги порівняно з цінами на сільськогосподарську продукцію. У результаті цього знижуються платоспроможність сільськогосподарських підприємств та їх можливості щодо оновлення матеріально-технічної бази виробництва. Крім того, на фоні загального підвищення життєвого рівня в Україні, безперечно, підвищуватиметься заробітна плата й сільськогосподарських працівників, що призведе до зростання собівартості продукції і подальшого падіння платоспроможності аграрних товаровиробників.

Здійснення ринкових реформувань в аграрній сфері суттєво змінило структуру виробництва, зумовило збільшення кількості суб'єктів господарювання переважно за рахунок створення дрібних і середніх господарств. Відтак виникла реальна потреба в нових видах і типах технології виробництва та технічних засобах. Останні повинні бути найкращим чином пристосовані до умов і розмірів нових форм господарювання. Те саме стосується й екологічних вимог до сільськогосподарської техніки, організації її обслуговування та способів модернізації тощо.

Надто складною проблемою сьогодні є невпинне зростання цін на сільськогосподарську техніку, насамперед, на трактори і комбайни. З цим пов'язане підвищення собівартості аграрної продукції та експлуатаційних витрат на утримання й обслуговування цієї техніки. За умов використання в сільському господарстві застарілої дешевої техніки воно поки що витримує конкуренцію з імпортною агропродовольчою продукцією.

З оновленням же машинно-тракторного парку за рахунок поставок селу сучасних і значно дорожчих машин неминуче зростуть витрати на одиницю вироблюваної аграрної продукції. Якщо таке оновлення машинно-тракторного парку не буде супроводжуватися відповідними економічними запобіжними заходами, технічними, технологічними та організаційними рішеннями, то істотне зростання собівартості аграрної продукції стане неминучим. Воно призведе до зниження рентабельності виробництва і конкурентоспроможності одержуваної продукції та, зрештою, до банкрутства вітчизняних сільськогосподарських підприємств, якщо не буде вжито ефективних заходів щодо їх захисту.

Попри обмеженість та хронічне недофінансування програм забезпечення сільського господарства технікою та обладнанням, враховуючи стан матеріально-технічної бази аграрних підприємств, їхню платоспроможність, вирішувати проблему технічного переоснащення та оптимізації технічного забезпечення аграрного виробництва все ж таки необхідно за участю держави [8].

На перший план висувається проблема застосування в аграрній сфері ресурсоощадних технологій і технічних засобів, раціональних та оптимальних схем і методів їх використання з метою істотного зменшення витрат у розрахунку на одиницю вироблюваної сільськогосподарської продукції. Це й має стати головною передумовою створення принципово нової біосферосумісної та екологічно безпечної матеріально-технічної бази аграрного виробництва. Комплексний підхід до формування такої бази з урахуванням регіональних природно-екологічних та економічних особливостей аграрного виробництва й має забезпечити вирішення цього пріоритетного завдання [1; 8].

Проблема формування матеріально-технічної бази оптимальних розмірів і відповідної структури сільського господарства потребує особливої уваги з боку держави, регуляторних структур національного та регіонального рівнів, а також органів місцевої влади. Ця проблема має два аспекти. По-перше – це випуск у необхідній кількості й високої якості вітчизняної сільськогосподарської техніки, машин та обладнання на рівні кращих зарубіжних зразків. Для цього слід мати високорозвинені промислові галузі – сільськогосподарського машинобудування, агрохімії, енергетики і транспорту. Усі вони становлять фундаментальну основу не лише створення екологічно безпеченої та біосферосумісної матеріально-технічної бази агропромислового виробництва, а й головну передумову переведення останнього на модель сталого розвитку та прискорення темпів НТП безпосередньо в аграрній сфері, застосування інноваційних технологій тощо. Без взаємоузгодженого і збалансованого розвитку всіх сфер національного та сільського господарства з урахуванням соціальних, економічних та екологічних вимог досягти їх сталого розвитку неможливо.

По-друге – це істотне підвищення ефективності функціонування агропромислового комплексу загалом і кожної його сфери зокрема з метою забезпечення нагромадження реального капіталу та відповідних коштів, насамперед, у сільському господарстві. Лише за допомогою ринкових важелів і методів можна здійснювати заходи з модернізації, радикального оновлення й структурної перебудови матеріально-технічної бази аграрного виробництва.

Формування раціональної, біосферосумісної та екологічно безпечної матеріально-технічної бази в усіх галузях сільського господарства країни потребує існування ефективно розвинутого ринку засобів виробництва та предметів праці агропромислового призначення. Для цього необхідно прискорити процеси реформування та модернізації підприємств тракторного і сільськогосподарського машинобудування. При

цьому надто важливо, щоб, по-перше, ці процеси здійснювалися за участю іноземних фірм та інвесторів, що сприятиме, на нашу думку, випуску високоякісної, конкурентоспроможної, екологічно безпечної й енергоощадної сільськогосподарської техніки. По-друге, слід істотно змінити й удосконалити економічні відносини промислових підприємств, які забезпечують сільське господарство засобами виробництва та безпосередньо аграрною сферою, і розвивати між ними прямі зв'язки [9].

За будь-якого соціального устрою суспільства держава через свої виконавчі й законодавчі органи повинна регулювати і стимулювати виробництво сільгосппродукції і продовольства заради інтересів суспільства в цілому. Це необхідно, щоб уникнути кризових явищ як недовиробництва, так і перевиробництва зазначених продуктів. Саме держава має належним чином турбуватися про підвищення родючості та охорону ґрунтів і збереження в чистоті природного середовища, розвиток наукових досліджень, підготовку і перепідготовку кадрів, визначати загальну фінансово-кредитну, науково-технічну, інвестиційну, інноваційну та екологічну політику стосовно сільського господарства, створювати ефективний механізм підтримки агропромислових товаровиробників. Держава має контролювати еквівалентність міжгалузевого обміну, якість продуктів харчування і дотримання екологічних стандартів, вимог та обмежень усіма агропромисловими підприємствами, фірмами, фермерами тощо.

Сільське господарство у розвинених країнах не просто морально підтримується, а цільовим призначенням на нього виділяються досить великі кошти на прискорення темпів НТП, його техніко-технологічну модернізацію, зростання продуктивності праці, розв'язання соціальних та екологічних проблем. Усе це створює реальні передумови для його високої ефективності й конкурентоспроможності. Саме ті країни, уряди яких здійснюють ефективну політику щодо цілеспрямованого регулювання агропромислової економіки та всебічної підтримки аграрних товаровиробників, є сьогодні основними експортерами найважливіших видів продуктів харчування на світовий агропродовольчий ринок [7].

Висновки з проведеного дослідження. Функціонування та розвиток соціальної інфраструктури села має забезпечуватись спільними зусиллями держави, суб'єктів господарювання й населення. Держава відповідно до законодавства повинна створювати умови для задоволення першочергових життєвих потреб сільського населення на рівні встановлених соціальних нормативів. Під час визначення цих нормативів мають враховуватися характер розселення і регіональна специфіка проживання людей у сільських населених пунктах. Значна частина результатів наукових досліджень, зарахованих за змістом і значенням до інновацій, поки що залишається не використаною [1]. Слід відзначити, що в розвитку інноваційної діяльності, підвищенні її економічної ефективності важливого значення набувають організаційні форми практичного застосування наукових досягнень в агропромисловому виробництві.

Для реального самозабезпечення всіх сільськогосподарських регіонів країни основними продуктами харчування місцевого виробництва необхідно у кожному з них створити розгалужену інфраструктуру перероблення, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції на основі використання новітніх досягнень НТП, енерго- й ресурсоощадних та екологічно безпечних технологій і видів технічних засобів.

Для розвитку інноваційної діяльності, підвищенні її економічної ефективності важливого значення набувають організаційні форми практичного застосування наукових досягнень в агропромисловому виробництві. До пріоритетних напрямів реалізації інноваційної продукції, широкого застосування науково-технічного та соціально-економічного прогресу на макроекономічному рівні належить здійснення національних і державних програм, законодавчо-нормативних актів, спрямованих на комплексне багатовекторне вирішення важливих проблем розвитку агропромислового виробництва країни. Не вирішеним питанням залишається галузева структура інвестицій в основний капітал, у соціальну інфраструктуру в сільській місцевості, склад і розміщення її об’єктів формуються стихійно, зокрема, закладів освіти, охорони здоров’я, соціального забезпечення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ортіна Г.В. Зарубіжний досвід реалізації державних стратегій розвитку реального сектора економіки. *Розвиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства. Серія «Економіка»*: зб. наук. праць ДонДУУ. Донецьк : ДонДУУ, 2013. т. XIV. Вип. 278. С. 271–281.

2. Копелець О.О. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*. 2005. № 1. С. 57–62.

3. Машурян А.Г. Важелі державного регулювання поведінки сільськогосподарського товаровиробника. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2009. № 4. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=69 (дата звернення: 15.09.2019).

4. Андрусенко Г.О. Стратегія державного регулювання аграрної сфери АПК. *Актуальні проблеми державного управління*. Х., 2003. № 2, Ч. 2. С. 9–14.

5. Гальцова О.Л. Інституціональний розвиток агропромислового комплексу України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2012. 40 с.

6. Пугач А.М. Аналіз реалізації державних науково-технічних програм та соціального потенціалу в аграрному секторі. *Економіка та держава*. С*ерія: Державне управління.* 2014. № 4. С. 128–131.

7. Саблук П.Т. Економічні інтереси як основа розвитку аграрного виробництва. *Економіка АПК*. 2004. № 8. С.6.

8. Кириленко І.Г. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України : проблеми, перспективи. К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2005. 408 с.

9. Юрчишин В. Глибоко науковий погляд на проблеми розвитку ресурсного потенціалу АПК. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні і практичні аспекти). *Економіка України*. К. : Інститут економіки НАН України, 2003. № 8. С. 91–92.

REFERENCES:

1. Ortina G.V. (2013). Foreign experience in implementing state strategies for the development of the real sector of the economy. Development of economic methods of managing the national economy and the economy of the enterprise. Series "Economics": Coll. against DonSU. Donetsk: DonSU, vol. XIV, vip. 278, pp. 271–281. (in Ukrainian)

2. Kopelets O.O. (2005). Competitiveness of agricultural products. State and regions. Series: Public Administration, № 1, pp. 57–62. (in Ukrainian)

3. Mashuryan A.G. (2009). Levers of state regulation of the behavior of agricultural producers. Public administration: improvement and development. 2009. № 4. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=69 (accessed: 15.09.2019). (in Ukrainian)

4. Andrusenko G.O. (2003). Strategy of state regulation of the agrarian sphere of agro-industrial complex. Actual problems of public administration, № 2(2), pp. 9–14. (in Ukrainian)

5. Galtsova O.L. (2012). Institutional development of the agro-industrial complex of Ukraine: author's ref. dis. ... dr. econ. science: 08.00.03. Classic. private un-t. Zaporozhye, 40 p. (in Ukrainian)

6. Pugach A.M. (2014). Analysis of the implementation of state scientific and technical programs and social potential in the agricultural sector. Economy and state. Series: Public Administration, № 4, pp. 128–131. (in Ukrainian)

7. Sabluk P.T. (2004). Economic interests as a basis for the development of agricultural production. Economics of agro-industrial complex, № 8, pp. 6. (in Ukrainian)

8. Kirilenko I.G. (2005). Transformation of socio-economic transformations in agriculture of Ukraine: problems, prospects. K.: NSC "Institute of Agrarian Economics", 408 p. (in Ukrainian)

9. Yurchyshyn V. (2003). Deeply scientific view on the problems of development of resource potential of agro-industrial complex. Reproduction and effective use of resource potential of agro-industrial complex (theoretical and practical aspects). Ukraine economy. K.: Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, № 8, pp. 91–92. (in Ukrainian)

Galtsova Olga
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the department of National Economy, Marketing
and International Economic Relations
Classic Private University

STATE SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN AGRICULTURE USING THE MECHANISM OF RESOURCE POTENTIAL

The article describes the need to radically restructure the material and technical base of domestic agricultural production on the basis of accelerating the pace of scientific and technological progress and innovative development.

Investigated problems of formation material and technical basis optimal sizes and appropriate structure of agriculture, which has two aspects: the release of required amount and high quality of clean agricultural machinery, engineering and equipment to the best foreign samples and isignificant increase efficiency of agriculture in general and each area of them, in particular to ensure accumulation

real capital and related funds, primarily in agriculture.

It is justified the formation of a rational, biosphere-compatible and environmentally safe material and technical base in all sectors of the country's agricultural sector, which requires the existence of an efficiently developed market for agricultural products and labor. The directions for the development of innovative activity are given, where the organizational forms of practical application of scientific achievements in agro-industrial production become important. The priority areas for the implementation of innovation products, the widespread use of science, technology and socio-economic progress at the macroeconomic level include the implementation of national and state programs, important legislative and normative legislative decisions.

A set of measures is proposed, which are aimed at radical restructuring of the material and technical base of domestic agro-industrial production on the basis of accelerating the pace of scientific and technological development and innovative development. As a result of the proposed measures, the priority tasks of creating and equipping agricultural production with modern technically advanced machine-tractor fleet, the need for special attention from the state and the direction of development of innovative potential of agriculture are substantiated.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ
CURRENT TRENDS IN MERGERS AND ACQUISITION PROCESSES

УДК 334.758
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-69

Євстаф'єв С.М.
здобувач
Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Процеси злиття та поглинання компаній в глобальному вимірі стають одним з найпоширеніших напрямів концентрації бізнес-інтересів, зміцнення інтеграційних відносин, формування умов для розвитку більшості успішних компаній. Реалізація процесів злиття та поглинання має двоїстий характер, оскільки укладені угоди можуть мати глобальний вплив на світову економіку і на економіку окремих країн. Враховуючи загальну динаміку та циклічність процесів злиття та поглинання компаній, значний інтерес викликає аналіз динаміки й особливостей їх здійснення з метою виділення основних сучасних закономірностей. Такий аналіз потребує зосередження уваги, передусім на хронології процесів злиття та поглинання, а також на галузевій специфіці окреслених процесів, що здатні відобразити появу в економіці відповідних диспропорцій. У статті проаналізовані основні дані щодо галузевої диференціації світових процесів злиття та поглинання. Виокремлені основні етапи активізації процесів злиття та поглинання. Проаналізовані процеси злиття та поглинання на рівні національної економіки, враховуючи загальні світові тенденції.

Ключові слова: *злиття, поглинання, ринок злиття та поглинання, угоди злиття та поглинання, галузі економіки*

Процессы слияния и поглощения компаний в глобальном измерении становятся одним из самых распространенных направлений концентрации бизнес-интересов, укрепление интеграционных отношений, формирование условий для развития большинства успешных компаний. Реализация процессов слияния и поглощения имеет двойственный характер, поскольку заключены соглашения могут иметь глобальное влияние на мировую экономику и на экономику отдельных стран. Учитывая общую динамику и цикличность процессов слияния и поглощения компаний, значительный интерес вызывает анализ динамики и особенностей их осуществления с целью выделения основных современных закономерностей. Такой анализ требует сосредоточения внимания, прежде всего на хронологии процессов слияния и поглощения, а также на отраслевой специфике определенных процессов, которые способны отразить появление в экономике соответствующих диспропорций. В статье проанализированы основные данные по отраслевой дифференциации мировых процессов слияния и поглощения. Выделены основные этапы активизации процессов слияния и поглощения. Проанализированы процессы слияния и поглощения на уровне национальной экономики, учитывая общие мировые тенденции.

Ключевые слова: *слияние, поглощение, рынок слияний и поглощений, сделки слияния и поглощения, отрасли экономики.*

The processes of mergers and acquisitions in the global dimension are becoming one of the most common areas of concentration of business interests, strengthening integration relations, creating conditions for the development of most successful companies. The implementation of mergers and acquisitions is twofold, as the agreements can have a global impact on the world economy and the economies of individual countries. Given the general dynamics and cyclical processes of mergers and acquisitions, it is of great interest to analyze the dynamics and features of their implementation in order to identify the main modern patterns. The aim of the article is to analyze current global trends in mergers and acquisitions in various sectors of the world economy as a result of the implementation of the main stages of formation and development of the market of mergers and acquisitions. A set of research methods is used, namely: scientific abstraction, generalization, systematization. The use of these methods made it possible to identify sectoral aspects of the development of the market of mergers and acquisitions, to highlight the features of the stages of its formation. The focus is primarily on the chronology of mergers and acquisitions, as well as on the industry specifics of the outlined processes that can reflect the emergence of the corresponding disparities in the economy. The article analyzes the main data on the sectoral differentiation of global mergers and acquisitions. The main stages of activation of mergers and acquisitions are highlighted. The processes of mergers and acquisitions at the level of the national economy are analyzed, taking into account the general world tendencies.

Key words: *mergers, acquisitions, mergers and acquisitions market, mergers and acquisitions, industries.*

Постановка проблеми. В економічній практиці загальновідомими є три основні варіанти інтеграції бізнес-інтересів та розвитку будь-яких компаній: формування стратегії внутрішнього зростання та розвитку і розширення активів; формування конкурентних переваг за рахунок передачі окремих функцій на аутсорсинг; реалізацією процесів злиття і поглинання.

Враховуючи тривалу історію формування сучасних механізмів реалізації угод злиття та поглинання, які історично забезпечили формування у світовому масштабі різних секторів світової економіки – як традиційних видобувних і обробних галузей (металургія, паливно-енергетичний комплекс), так і найбільших секторів «нової економіки» (фармацевтика, біотехнології та телекомунікацій).

В національній економіці ці процеси сповільнені, ринок достатньою мірою не розвинений та знаходиться на стадії становлення порівняно з ринком США та західних країн. Проте, враховуючи активізацію процесів злиття та поглинання впродовж останніх років, на перспективу ситуація може суттєво змінитися, що робить актуальним дане дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сучасних тенденцій та перспектив зростання ринку злиття та поглинання знаходиться у полі зору значної кількості провідних міжнародних компаній, які забезпечують консалтингове супроводження їх здійснення та постійний моніторинг стану та динаміки даного ринку. Насамперед, йдеться про такі компанії як Dealogic, група корпоративних фінансів KPMG, аудиторсько-консалтингові фірми PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, Deloitte та інші. У теоретичному аспекті питанням дослідження ринку угод злиття та погли-

нання, виявлення тенденцій його розвитку приділена увага у працях таких авторів, як Т.А. Васильєва, Глинська Г., Даниліна С., Семенченко Н., Сіденко С., Кіряков Д., Хаустова В. та інші. Серед відомих іноземних авторів слід відзначити праці Гохана П., Лажу А, Ріда С., Рубека Р. та інших.

Водночас, незважаючи на такий науковий здобуток, у процесах злиття та поглинання компаній відбуваються постійні зміни, що зумовлює регулярну потребу у науковому аналізі та узагальненні результатів зазначених процесів.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасних глобальних тенденцій процесів злиття та поглинання у різних галузях світової економіки як наслідку реалізації основних етапів становлення та розвитку ринку угод злиття та поглинання компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те, що більшість сучасних компаній надають перевагу формуванню стратегію внутрішнього зростання, в останні періоди злиття та поглинання все активніше стають основною конкурентною стратегією, яка забезпечує придбання активів й одержання нових видів ринків збуту тощо. Так, за даними експертів, сьогодні майже 80% всіх міжнародних інвестицій спрямовуються не на заснування нових компаній за кордоном, а на придбання активів уже наявних [1, с. 47–48].

У науковій літературі відмічають декілька базових етапів розгортання процесів злиття та поглинання, які заклали основні засади для регулювання цих процесів, спричинили низку укрупнень бізнесу, а також стали основою прояву сучасних галузевих тенденцій [2, с. 4–6]:

Для *першого етапу* (монополістичного) характерна, переважно, горизонтальна інтеграція (понад 78% всіх угод), реалізовувалась впродовж 1897–1904 рр. В цей період злиття стосувалось в основному компаній добувної й переробної промисловості, зокрема металургійна, нафтохімічна, хімічна, транспортна, машинобудівна, харчова галузі, а також виробництво коксу та продуктів нафтопереробки. Численні зловживання та шайхрайства з фінансовими ресурсами при злитті та поглинанні, що призвели у 1904 р. до економічного спаду та краху американського фондового ринку зумовив розробку засад антимонопольного законодавства.

Для *другого етапу* (олігополістичного) протягом 1916–1929 рр. характерна реалізація вертикальної інтеграції та залучення позикового капіталу для фінансування угод. Сприятлива економічна кон'юнктура та економічний бум після Першої світової війни сприяли активізації залучення значних обсягів капіталу на фондові ринки. В ході цього етапу почали формуватися пірамідальні холдингові компанії, в межах яких нечисленна група інвесторів за допомогою відносно невеликої суми інвестованого капіталу спроможна контролювати великі підприємства. Найбільш активно процеси злиття та поглинання цього етапу характерні для металургійної, паливної, харчової, хімічної галузей та секторів виробництва транспортного устаткування.

Третій етап (конгломератний), що відбувся протягом 1965–1973 рр. спричинив появу фінансового інжинірингу і конгломератів. На відміну від вертикальних та горизонтальних процесів злиття та поглинання, конгломератні угоди не вплинули на галузеву концентрацію, що призвело до того, що рівень конкуренції у різних галузях практично не змінився, незважаючи на активні злиття в цей період. Незважаючи на високі показники кількості та вартості угод злиття та поглинання, збільшення показника ринкової концентрації та обмеження конкуренції в цей період теж не відбулось. Активність угод злиття та поглинання в цей період була спричинена економічним бумом у світовій економіці періоду 60-70 рр. XX ст., інтенсивним зростанням цін акцій на фондових ринках. У цей період майже у 20 разів зросла чисельність угод злиття та поглинання щодо компаній з активами понад 100 млн. дол. [3, с. 28], що тривало до 1971–1972 рр. Для цього етапу характерним є вихід компаній на ринки інших країн, що супроводжувалось перетворенням національних компаній в транснаціональні та започаткуванням транскордонних угод злиття та поглинання.

Четвертий етап (корпоративні заохочення) відбувся протягом 1981–1989 рр. внаслідок стрімкого зростання частки ворожих поглинань у сукупній вартості угод злиття та поглинання, розповсюдження мегазлиттів та мегапоглинань, збільшення кількості угод вартістю понад 100 млн. дол., кількість яких збільшилась більш як у 24 рази. У цей період галузева специфіка у сфері злиття та поглинання була характерна для видобутку і переробки нафти та газу, банківської сфери і фармацевтики, виробництва медичного устаткування [4, с. 10].

Для *п'ятого етапу* (міжнародні угоди), що відбувся протягом 1992–2000 рр. стало характерним різке зростання кількості угод злиття та поглинання в Європі та в США. Майже 97% загальної чисельності транскордонних угод становили саме поглинання. Протягом цього періоду у сукупній вартості транскордонних угод злиття та поглинання зростала частка сфери послуг (до 60%), зменшувалась частка промисловості (до 38%) і спостерігалась практична відсутність угод у сфері видобутку природних ресурсів. Починаючи з цього періоду злиття та поглинання набувають міжнародного характеру, оскільки внаслідок майже 100-річної консолідації більшість галузей світової економіки очолюється міжнародними компаніями. Особливості прояву міжнародної специфіки цього етапу спричинені, переважно, глобалізацією світової економіки, ліквідацією торговельних бар'єрів, активним розвитком та поширенням на всі сфери інформаційних техно-

логій, що у сукупності обумовили зростання економіки та активізацію злиттів у цей період.

Шостий етап (період мегаугод) у період 2002–2008 рр. ознаменувався укрупненням капіталу, зростанням кількості транснаціональних корпорацій та досить активним розвитком ринку операцій злиття та поглинання як за обсягами угод, так і за їх кількістю. Лідерами за кількістю мегаугод у цей період фармацевтика, енергетика і телекомунікації. Рекордну кількість угод було укладено в 2007 р. (понад 25 тисяч). Світовий ринок злиття та поглинання у 2007 р. складав у вартісному вимірі склав 4,4 трлн. дол. і виріс за рік більш як на 30%. Період мегазлиттів став характерною ознакою глобального бізнесу останніх років. Слід відзначити, що цей період досі триває, а злиття все ще залишаються найбільш ефективним засобом для розширення присутності тієї чи іншої компанії на існуючих і нових національних і зарубіжних ринках.

Узагальнюючи основні характеристики зазначених періодів у розгортанні процесів злиття та поглинання, слід відзначити, що базові мотиви укладення угод варіювалися від періоду до періоду, та ускладнювались щодо досягнення бізнес-інтересів (табл. 1).

Отже, аналіз етапів становлення глобального ринку угод злиття та поглинання в умовах світової економіки дає змогу виявити специфічні особливості його розвитку, такі як зміни кількісного і вартісного обсягу угод; зміни галузевої структури і мотивації угод; зміни частки транскордонних злиттів і поглинань; участь держави в якості суб'єкта ринку корпоративного контролю тощо.

Таким чином, ринки злиття та поглинання компаній у світі розвиваються під впливом багатьох факторів, характеризуються хронологією у своєму становленні та розвитку.

Для сучасного періоду активізації угод злиття та поглинання також слід виокремити декілька змістовних характеристик. Насамперед, ринок злиття та поглинання диференціюється у галузевому розрізі.

Так, починаючи з 2014 року компанії широко використовують злиття та поглинання для подальшого зростання. Ці процеси дають змогу компаніям концентрувати ринкову владу і впливати на стан окремих ринків, а також на економічну політику держав. Розширення умов фінансування угод внаслідок здешевлення фінансових ресурсів за наслідками фінансової кризи 2008 р. фактично спричинило укладення угод на суму понад 10 трлн. дол. США тільки за останні 2 роки [6, с. 1].

За окремими оцінками міжнародних компаній світовий ринок угод злиття та поглинання у 2018 році складав 97 709 угод на загальну суму 5,3 трлн. дол. США. Так, за даними міжнародної компанії MOODY'S відбулося зниження кількості угод на 7% порівняно з 2017 роком, тоді як сукупна вартість глобальних угод злиття та поглинань зросла на 10% [6, с. 1].

Галузевий розподіл укладених угод, за оцінками аналітичних компаній дає підстави стверджувати, що галузеві рейтинги за пріоритетністю очолили машинобудування та виробництва промислового устаткування, меблів, за обсягом і вартістю угод у 2018 році (11 274 угоди на загальну суму 625,8 млрд. дол. США) [6, с. 8].

За кількістю угод оптова та роздрібна торгівля займає друге місце з позначкою 6050 угод, наступними є хімічна промисловість, виробництво гумових та пластмасових виробів (5081 угода) та видавнича справа і поліграфічна промисловість – 4586 угод [6, с. 8].

За сукупною вартістю угод друге місце у 2018 році посідає хімічна промисловість, виробництво гумових та пластмасових виробів – 476,6 млрд. дол. США [6, с. 8].

З метою висвітлення ключових тенденцій процесів злиття та поглинання доцільно виявити сучасну ситуацію щодо активності злиття та поглинання у найбільших секторах світової економіки: хімічній і нафтогазовій промисловості, страхуванні, банківській сфері, секторі роздрібної торгівлі та виробництва споживчих товарів, секторі охорони здоров'я.

Таблиця 1

Основні мотиви злиття та поглинання у розрізі етапів

№	Мотиви злиття та поглинання	I	II	III	IV	V	VI
1	Концентрація ринкової влади (монополізація)	+	+			+	+
2	Розширення ринку збуту (диверсифікація бізнес-інтересів)	+	+			+	+
3	Доступ до ресурсів компанії-мети		+			+	+
4	Прагнення до синергії та отримання синергетичного ефекту від злиття та поглинання					+	+
5	Забезпечення ефекту економії на масштабі виробництва					+	+
6	Диверсифікація виробництва			+	+		
7	Мотиви податкової оптимізації			+			
8	Недооціненість компанії				+		
9	Забезпечення амбіцій менеджерів			+			
10	Усунення неефективного менеджменту				+		

Джерело: [5, с. 61]

Хімічна промисловість. Згідно зі звітом компанії Deloitte, глобальний обсяг угод злиття та поглинання у галузі хімічної промисловості у 2018 році скоротився на 5% щорічні показники 2012–2015 років [7, с. 3].

У 2018 році спостерігалося зростання загальної вартості та кількості угод, яка перевищувала 1 млрд. дол. США. Найбільшою угодою стало придбання компанії з виробництва спеціалізованих хімічних продуктів AkzoNobel (нова назва – Nouryon) за 12,5 млрд. дол. США [7, с. 3–4].

Нафтогазова промисловість. Протягом більшої частини 2018 року дві багаторічні тенденції досягли критичної точки. По-перше, у контексті стримування виробництва Росії та Саудівської Аравії США завершили історичний перехід, щоб стати найбільшим світовим видобувачем нафти і газу. По-друге, ціни на нафту стабільно зростали і досягли чотирирічного максимуму на початку жовтня 2018 року [8, с. 1].

Порівняно з 2017 роком обсяг угод знизився у сегментах видобутку та надання сервісних промислових послуг нафтовим компаніям (OFS). Вартість угод у сегментах транспортування та переробки і продажу зросла – останнє придбання загальною вартістю 35,6 млрд. дол. США відбулося компанією Marathon Petroleum. Вона придбала незалежну нафтопереробну компанію Andeavor [8, с. 18].

Вартість угод, укладених у США, становила рекордно високу частку – більше двох третин загальної вартості угод у нафтогазовій галузі. Кожна з десяти найбільших нафтогазових угод у 2018 році передбачала придбання північноамериканських активів. Було оголошено дві угоди, вартість яких перевищувала 10 млрд. дол. США: угода Marathon Petroleum / Andeavor і придбання компанією British Petroleum родовищ сланцевої нафти і газу в США у австралійської компанії BHP Billiton на суму 10,5 млрд. дол. США [8, с. 1].

Страхування. Доцільно відмітити, що у 2018 році відбулося зниження кількості угод злиття та поглинання у сфері страхування (з 1385 до 1257), але сукупна вартість угод зросла на 19% (з 177,6 млрд. дол. США до 210,4 млрд. дол. США) порівняно з 2017 роком, переважно внаслідок збільшення кількості угод вартістю понад 1 млрд. дол. США [6, с. 8].

За підсумком року у США відбулося помірне збільшення кількості угод андеррайтерів (з 84 до 87) порівняно з 2017 роком. Тим не менш їх сукупна вартість стрімко зросла на 189% (з 14,8 млрд. дол. США до 42,7 млрд. дол. США). Найбільшими у цій сфері стали угоди у сегменті майнового страхування (P&C): придбання компанії XL Group, що базується на Бермудських островах, страховою та інвестиційною групою компаній AXA за 15,3 млрд. дол. США; придбання на суму 5,5 млрд. дол. США корпорацією American International Group (AIG) всіх простих акцій в обігу Validus Holdings, Ltd. (Validus) [9, с. 2].

Обсяг операцій із брокерських угод у 2018 році склав 594 операції (відбулось збільшення на 11% порівняно з 2017 роком) і збільшення сукупної вартості угод на 50% [9, с. 2].

Як відзначено у аналітичних звітах, середовище зростаючих процентних ставок сприяло зростанню приватних інвестиційних компаній та інших фінансових спонсорів до підсектору особистого страхування (L&H) у 2018 році. Одною зі значних операцій стало придбання групою Lincoln Financial Group бажаної частки групи Liberty Mutual за 3,3 млрд. дол. США [9, с. 2].

Банківська сфера. Кількість угод в цій сфері зменшилася (з 2168 до 1816), як і сукупна вартість (на 17% – з 331,1 млрд. дол. США до 273,6 млрд. дол. США), порівняно з 2017 роком [6, с. 8].

У 2018 році мали місце кілька великих угод: злиття Saudi British Bank та Alawwal Bank вартістю 4,7 млрд. дол. США з метою створення третього найбільшого банку Саудівської Аравії; придбання компанією Fifth Third Bancorp банку MB Financial за 4,6 млрд. дол. США; продаж активів китайським конгломератом HNA Group Finance групі інвесторів на суму 4,2 млрд. дол. США [10, с. 5].

Сектор роздрібної торгівлі та виробництва споживчих товарів. Загальна кількість угод у цьому секторі скоротилася на 13%, тоді як сукупна вартість оголошених угод збільшилася на 7% [11, с. 4]. США залишилися лідерами галузі, де кількість угод злиття та поглинання становила приблизно 20% від загального обсягу, а вартість – 36% від загальної суми оголошених угод у 2018 році [11, с. 10] Найбільша угода відбулася у підсекторі харчової промисловості – Keurig Green Mountain Inc. придбала Dr Pepper Snapple Group Inc. за 26,6 млрд. дол. США [11, с. 5].

Сектор охорони здоров'я. Протягом останніх десяти років десять найбільших фармацевтичних компаній з найвищою рентабельністю інвестицій витратили в середньому 35% на злиття та поглинання від їхнього загального обсягу інвестицій в дослідження та розробки і найбільш активних на ринку угод [12, с. 13].

Великі трансформаційні придбання на суму в діапазоні 60–70 млрд. дол. США визначили 2018 рік [12, с. 13].

Аналіз тенденцій, особливостей і закономірностей на світовому ринку угод злиття та поглинання дає змогу зробити такі узагальнення.

По-перше, фірми, які володіють технологічними перевагами, більш схильні створювати підприємства в нових секторах економіки, а технологічно відсталі компанії найчастіше здобувають технології через поглинання закордонних підприємств.

По-друге, в останні три десятиліття лідерами на глобальному ринку злиття і поглинання висту-

пають фірми з великим досвідом діяльності на міжнародному ринку.

Висновки. Таким чином, процеси інтеграції шляхом злиття та поглинання компаній притаманні економікам багатьох країн світу та є найважливішим інструментом їхньої концентрації. Протягом року ринок злиття та поглинання виявився стійким.

Таким чином, виходячи з вищевикладеного можна зробити висновок про те, що розвиток ринку угод злиття та поглинання носить хвилеподібний характер та пов'язаний з економічними явищами та трансформаціями, що відбуваються в світовій економіці чи економіках країн світу.

Кожен з охарактеризованих етапів становлення сучасного ринку угод злиття та поглинання має свої особливості та специфічні параметри, сформовані особливостями розвитку економіки саме того періоду, законодавчого регулювання процесів консолідації, мотивів, напрямків і можливостей розвитку компаній.

Для сучасного періоду активізації угод злиття та поглинання також слід виокремити декілька змістовних характеристик. Насамперед, ринок злиття та поглинання диференційований у галузевому розрізі. Галузевий розподіл укладених угод, за оцінками аналітичних компаній дає підстави стверджувати, що галузеві рейтинги у 2018 році за пріоритетністю очолили машинобудування та виробництва промислового устаткування, меблів, за обсягом і вартістю угод. Оптова та роздрібна торгівля займає друге місце, наступними є хімічна промисловість, виробництво гумових та пластмасових виробів.

За результатами аналізу етапів становлення глобального ринку угод злиття та поглинання в умовах світової економіки доцільно зауважити на тих специфічних особливостях його розвитку, такі як зміни кількісного і вартісного обсягу угод; зміни галузевої структури і мотивації угод; зміни частки транскордонних процесів злиття і поглинання; участь держави в якості суб'єкта ринку корпоративного контролю тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глинська Г.Я. Злиття підприємств як фактор підвищення їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2008. № 623. С. 47–52.

2. Даниліна С.О. Розвиток світового ринку M&A в умовах глобалізації. *ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО.* Випуск 14/2018. С. 3–12.

3. Семенченко Н. В. Світові тенденції реструктуризації підприємств в умовах глобалізації. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 15. С. 27–30.

4. Хаустова В. Є. Аналіз основних хвилей злиттів і поглинань у світовій економіці. *Проблеми економіки.* 2015. № 1. С. 7–16.

5. Сіденко С. Кіряков Д. Стратегія і тактика міжнародних злиттів і поглинань. *Міжнародна економічна політика.* 2012. № 1–2 (16–17). С. 55–82.

6. Global M&A Review 2018. MOODY'S, 2019. 78 p. URL: https://www.bvdinfo.com/BvD/media/reports/Global-M-AReview-2018.pdf

7. 2019 Global chemical industry mergers and acquisitions outlook. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2019. 20 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Energy-and-Resources/2019-global-chemicals-indmergers-acquisitions-report.pdf

8. Oil & Gas Mergers and Acquisitions Report-Yearend 2018. Deloitte LLC, 2019. 28 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/energy-resources/us-oil-and-gas-mergers-and-acquisitions-report.pdf

9. 2019 Insurance M&A outlook. Deloitte LLC, 2019. 28 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/ us-ma-insurance-outlook.pdf (дата звернення: 10.07.2019).

10. Caution shrouds optimism. KPMG International, 2019. 36 p. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/05/caution-shrouds-optimism-global-banking-m-and-a-trends-2019.pdf

11. The race for game-changing transformation and strategic growth. KPMG International, 2019. 20 p. URL: https://assets.kpmg/content/dam/ kpmg/xx/pdf/2019/03/consumer-and-retail-m-and-a-trends-2019.pdf

12. 2019 Global life sciences outlook. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2019. 54 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-Health-Care/gx-lshc-ls-outlook-2019.pdf

REFERENCES:

1. Hlynska H.Ya. (2008). Zlyttia pidpryiemstv yak faktor pidvyshchennia yikhnoi konkurentospromozhnosti na mizhnarodnomu rynku [Mergers as a factor in increasing their competitiveness in the international market]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» – Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic",* 623, 47–52.

2. Danylina S.O. (2018). Rozvytok svitovoho rynku M&A v umovakh hlobalizatsii [Development of the global M&A market in the context of globalization]. *EKONOMIKA I SUSPILSTVO – ECONOMY AND SOCIETY.* Vypusk 14, 3–12.

3. Semenchenko N.V. (2015). Svitovi tendentsii restrukturyzatsii pidpryiemstv v umovakh hlobalizatsii [World trends in enterprise restructuring in the context of globalization]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience,* 15, 27–30.

4. Khaustova V. Ye. (2015). Analiz osnovnykh khvylei zlyttiv i pohlynan u svitovii ekonomitsi [Analysis of the main waves of mergers and acquisitions in the world economy]. *Problemy ekonomiky – Problems of economy*, 1, 7–16.

5. Sidenko S. Kiriakov D. (2012). Stratehiia i taktyka mizhnarodnykh zlyttiv i pohlynan [Strategy and tactics of international mergers and acquisitions]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka – International economic policy*, 1–2 (16–17), 55–82.

6. Global M&A Review 2018. MOODY'S, 2019. 78 p. URL: https://www.bvdinfo.com/BvD/media/reports/Global-M-AReview-2018.pdf

7. 2019 Global chemical industry mergers and acquisitions outlook. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2019. 20 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Energy-and-Resources/2019-global-chemicals-indmergers-acquisitions-report.pdf

8. Oil & Gas Mergers and Acquisitions Report-Yearend 2018. Deloitte LLC, 2019. 28 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/energy-resources/us-oil-and-gas-mergers-and-acquisitions-report.pdf

9. 2019 Insurance M&A outlook. Deloitte LLC, 2019. 28 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/ us-ma-insurance-outlook.pdf (accessed 10.07.2019).

10. Caution shrouds optimism. KPMG International, 2019. 36 p. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/05/caution-shrouds-optimism-global-banking-m-and-a-trends-2019.pdf

11. The race for game-changing transformation and strategic growth. KPMG International, 2019. 20 p. URL: https://assets.kpmg/content/dam/ kpmg/xx/pdf/2019/03/consumer-and-retail-m-and-a-trends-2019.pdf

12. 2019 Global life sciences outlook. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2019. 54 p. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-Health-Care/gx-lshc-ls-outlook-2019.pdf

Yestaf'ev Sergiy
Black Sea Research Institute of Economics and Innovation

CURRENT TRENDS IN MERGERS AND ACQUISITION PROCESSES

Urgency of the research. The processes of mergers and acquisitions in the global dimension are becoming one of the most common areas of concentration of business interests, strengthening integration relations, creating conditions for the development of most successful companies. The implementation of mergers and acquisitions is twofold, as the agreements can have a global impact on the world economy and the economies of individual countries. Given the general dynamics and cyclical processes of mergers and acquisitions, it is of great interest to analyze the dynamics and features of their implementation in order to identify the main modern patterns.

The aim of the article is to analyze current global trends in mergers and acquisitions in various sectors of the world economy as a result of the implementation of the main stages of formation and development of the market of mergers and acquisitions.

Methodology. A set of research methods is used, namely: scientific abstraction, generalization, systematization. The use of these methods made it possible to identify sectoral aspects of the development of the market of mergers and acquisitions, to highlight the features of the stages of its formation.

Findings. The focus is primarily on the chronology of mergers and acquisitions, as well as on the industry specifics of the outlined processes that can reflect the emergence of the corresponding disparities in the economy. The article analyzes the main data on the sectoral differentiation of global mergers and acquisitions. The main stages of activation of mergers and acquisitions are highlighted. The processes of mergers and acquisitions at the level of the national economy are analyzed, taking into account the general world tendencies.

Practical implications. The main basic stages of the development of mergers and acquisitions have been identified, which have laid the basic foundations for the regulation of these processes, have led to a number of business enlargements, and have become the basis for the manifestation of modern industry trends. The peculiarities of the main stages, parameters of agreements, consequences and results of influence on the formation of modern trends in the market of mergers and acquisitions are described.

The development of the market for mergers and acquisitions is wave-like in nature and is associated with economic phenomena and transformations occurring in the world economy or the economies of the world.

Each of the described stages of formation of the modern market of mergers and acquisitions has its own features and specific parameters, formed by the peculiarities of economic development of that period, legislative regulation of consolidation processes, motives, directions and opportunities for companies.

For the current period of intensification of mergers and acquisitions, several substantive characteristics should also be identified. First of all, the market of mergers and acquisitions is differentiated by industry. The sectoral distribution of concluded agreements, according to analytical companies, gives grounds to claim that the industry rankings in 2018 were prioritized by mechanical engineering and production of industrial equipment, furniture, in terms of volume and value of transactions. Wholesale and retail trade takes second place, followed by the chemical industry, production of rubber and plastic products.

ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF COMPANIES IN THE SPHERE OF ENERGY SAVING IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ В СФЕРІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

UDC 330.341:338.45
https://doi.org/10.32843/infrastruct38-70

Hilorme Tetiana
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Leading Researcher at Scientific
Research Institute of Power
Oles Honchar Dnipro National University

It has been proven that namely the innovations in the energy sphere are prioritized for sustainable development at all levels of economy. It is defined that the European Union spearheads the formation and implementation of innovative strategies of sustainable development, particularly with regard to environmental responsibility. Environmental responsibility of companies and countries is targeted at sustainable management of natural resources, development of the system of safe technologies within energy sector, increased use of renewable energy sources and the clean energy, provisions for nuclear and energy security. To ensure these strategic objectives the EU maintains a continuous improvement related to the regulatory policy in the sphere of energy sphere competitiveness, specifically in the sphere of sustainable sources of energy. It is asserted that energy sector is pivotal to economic stability and growth of the EU states. The work analyzes the objectives of sustainable energy development in the EU countries in respect of energy efficiency and use of endogenous energy sources. The paper studies patenting activity in clean energy technologies targeted at intensifying the innovative restructuring of economy and providing fixed annual incomes for companies in the long term. From the analysis of consumption by sectors of the EU economy, it is revealed that the largest energy consumers are sectors of heating and cooling in buildings and industry. Hence, there emerges an acute problem of decarbonization in the industrial sector and achievement of the stated objective by 2050, which would greatly rely on combination of energy efficiency, electrification of heat energy, carbon capture and storage or utilization. Analysis of the dynamics of structure in the production of energy by the EU countries showed an increasing share of renewable energy sources in the overall structure. The paper examines the sources of financing for energy saving and energy efficiency projects for implementation of innovations and development programs which creates new capacities for transformation of energy sector.

Key words: *energy saving, energy efficiency, energy sector, company strategy, renewable energy sources.*

Выяснено, что именно инновации в сфере энергетики являются приоритетными в целях устойчивого развития на всех уровнях экономики. Определено, что Европейский Союз выступает инициатором формирования и внедрения инновационных стратегий устойчивого развития, особенно экологической ответственности. Экологическая ответственность компаний и стран направлена на устойчивое управление природными ресурсами, развитие системы безопасных технологий в энергетическом секторе, увеличение использования возобновляемых источников энергии и чистой энергии, обеспечения ядерной и энергетической безопасности. С целью обеспечения этих стратегических задач в Европейском Союз постоянно осуществляются совершенствования регуляторной политики в сфере конкурентоспособности энергетики, особенно в сфере использования альтернативных источников энергии. Доказано, что энергетический сектор является залогом экономической стабильности и роста стран Европейского Союза. Проанализировано цели развития альтернативной энергетики в странах Европейского Союза, направленные на энергетическую эффективность и использование эндогенных источников энергии. Проанализировано активность патентования в чистых энергетических технологиях с целью интенсификации инновационной перестройки экономики и обеспечения постоянных годовых доходов в долгосрочной перспективе в компаниях.

Ключевые слова: *энергосбережение, энергетическая эффективность, энергетический сектор, стратегия компании, возобновляемые источники энергии.*

З'ясовано, що саме інновації у сфері енергетики є пріоритетними з метою сталого розвитку на всіх рівнях економіки. Визначено, що Європейський Союз виступає ініціатором формування та впровадження інноваційних стратегій сталого розвитку, особливо екологічної відповідальності. Екологічна відповідальність компаній та країн направлена на стале управління природними ресурсами, розвиток системи безпечних технологій у енергетичному секторі, збільшення використання відновлюваних джерел енергії та чистої енергії, забезпечення ядерної та енергетичної безпеки. З метою забезпечення цих стратегічних завдань в Європейському Союз постійно здійснюються удосконалення регуляторної політики у сфері конкурентоспроможності енергетики, особливо у сфері використання альтернативних джерел енергії. Доведено, що енергетичний сектор є запорукою економічної стабільності та зростання країн Європейського Союзу. Проаналізовано цілі розвитку альтернативної енергетики в країнах Європейського Союзу, що спрямовані на енергоефективність та використання ендогенних джерел енергії. Проаналізовано активність патентування в чистих енергетичних технологіях з метою інтенсифікації інноваційної перебудови економіки та забезпечення постійних річних доходів в довгостроковій перспективі у компаніях.

Ключові слова: *енергозбереження, енергоефективність, енергетичний сектор, стратегія компанії, відновлювальні джерела енергії.*

Introduction. Energy is an everyday use product. Energy industry, in its turn, is an indispensable constituent of competitive capacity of countries across the globe. Energy sector is in constant development with novel technologies and opportunities being created6 therefore this sector is not feasible without continuous innovations implemented within its scope. Presently, innovation-driven productivity is a crucial factor in determining the competitive capacity and national progress.

Over recent years, Europe and the rest of the world faced an entire range of problems: achievement of balance between ecology and environmental protection, political and business interests, as well as

meeting the demand for energy in particular economies of the world [6; 7; 8]. Limited energy resources lead to increased efforts with regard to searching for sources of renewable energy. Therefore, the appeal of employing renewable energy sources is directly related to their inexhaustible supply.

Renewable energy sources may play an active role in energy needs of buildings. Further importance lies in the fact that renewable energy sources are significantly safer for environment. Another determining factor is that some of the countries provide additional incentives to investors and award grants to support projects pertaining to energy generation from renewable energy sources [3].

Hence, in the contemporary world the renewable energy sources are a sector of energy generation that demonstrates the highest rate of growth around the world and Europe in particular. Sweden, Austria, Finland, Germany, Portugal, Spain are the most intensively developed markets of sustainable energy in Europe.

Analysis of recent research and publications. Presently there exists a multitude of research efforts in the energy sphere and developmental peculiarities of companies in the sphere of energy efficiency. As an instance, we may refer to such scholars, as Bluszcz A. [1], Boersma T., Goldthau A. [4], Matschoss K., Repo P. [9], Nasiritousi N. [10], among others. Despite this, a number of issues remain beyond the scrutiny of scientific community. Specifically, the necessity for development of renewable energy sources within the context of energy saving at the micro-level of economy.

Formulation of objectives of the article. The objective of the article is the systemic study, critical evaluation of theoretical foundations and current practices related to the development of companies in the sphere of energy saving in the countries of the European Union.

Results. Development of renewable energy in the EU has been advanced with the aim to reach 20% share in total final energy consumption by 2020 and at least 27% by 2030 [4]. It should be noted that such strategy targets at the EU achieving «global leadership in renewable energy» (European Commission, 2015). Promoting this target in Europe has led to impressive growth of generating capacities from renewable energy sources. Only China manages to generate more electrical energy from renewable sources than the EU.

However, the European Union aims at establishing itself as a leader in the renewable energy generation and combating climate change through the implementation of projects and signing of the corresponding agreements.

With consideration for it, back in 2014 the European Union ratified the Paris Agreement with its central goal to limit a global temperature rise in this century. In practice, this would lead to the reduction in global carbon emissions from the use of energy to zero by 2060 and preserving such level until the end of this century.

Further to it, in November 2016 the European Commission adopted a package titled «Clean energy for all Europeans». The package proposes a comprehensive legislative framework to support the deployment of renewable energy production. These studies are conducted in tight cooperation with the Commission which constitutes a part of the project REmap – IRENA's renewable energy roadmap. REmap is the methodology by IRENA which relies upon a thorough analysis of what is technically feasible and economically viable for the future of European energy sector [12].

In the process of developing the mechanism to support technologies relevant to sustainable energy sources the heads of public sector research foundations seek to realize effective management of innovations. Such support may acquire a variety of forms, more specifically grants, investment support or direct market support through public and private company funding.

Currently Europe has a count of approximately 50 projects, both planned and already completed, concerned with full transition to renewable energy. Notably, member states set their own objectives that address the development of renewable energy (Table 1).

Therefore, the EU is making solid progress on its way to the established objectives that are supported by its member states. Objectives of the European Union, focused upon energy efficiency and use of endogenous energy sources, furthermore find their reflection in programmes and legislation of the European Union member states. Moreover, the EU harmonizes

Table 1

Objectives of alternative energy development in specified EU countries

Country	Objective	Year of projected fulfillment
Denmark	100% of produced heat energy 100% of produced electrical energy	2035 2050
Germany	complete decarbonization of Frankfurt am Main	2050
France	40% of produced electrical energy from renewable sources	2030
Great Britain	20% share of renewable energy in total produced energy	2020
Scotland	generation of 100% of total annual consumption of electric energy	2020
Sweden	100% of produced electrical energy from renewable sources	2020

Source: developed by author on the basis of [12]

the policies of the European countries implementing programmes intended to effectuate the transition to renewable sources of energy and increase the competitive capacity of national economies.

It must be further mentioned that the European Investment Bank provides support to the development and expansion of all renewable energy projects with the purpose of rendering Europe's energy supply more sustained, steady, competitive and safe. By investing into renewable energy, the EIB supports the European Union's climate policy [5].

Consequently, to achieve the reduction of emissions and the eventual transition to renewable energy one of the most economically efficient means proves to be a shared use of technologies and investments into research and development of renewable energy strategies, realization of existing projects and implementation of the new ones. Environmentally sustainable economic growth is a primary goal of all economies. Hence, transition to renewable energy sources remains one of the pivotal issues not only with the EU policy but also with policies of countries all around the world.

Presently the European Commission proposes projects for development of renewable sources of energy for countries of the European Union. These projects commonly incorporate overhaul and expansion of the existing public and urban infrastructure and services.

Thus, the issue of energy lies in the very core of the long-term energy strategy of Europe as it directly contributes to the reduction of greenhouse gas emissions and decreases the importation of energy in Europe allowing it for more independence. This rapidly evolving sector of economy promotes the European technological leadership providing EU countries and their regions with new «green» workplaces, possibility to export energy with high added value and enhance the competitiveness in manufacturing goods and rendering services.

The European Union is following the «green track». Europe is shifting from the energy generation system based on fossil fuels towards a low-carbon, entirely digital and customer-oriented one.

Currently the EU is in dependence on the energy import, specifically of oil and, lately, gas. Hence, there exists a pressing need for innovations in the energy sector in a way that would ensure the transformation of the energy system, establishment of the EU's energy sustainability, competitiveness and security.

Clean energy production gives not just a mere possibility to develop renewable energy sources but ensures an opportunity to have a global environmentally clean production in order to reduce greenhouse gas emissions and to stimulate the economic advancement.

For instance, the patenting activity in the domain of clean energy technologies in on the rise in Europe (Figure 1). European companies are also increasingly seeking protection for their inventions. It is worth noting that the EU occupies second position after Japan by the number of international patents regarding energy technologies.

The majority of patents for clean energy innovations originate from the private sector. On the average, these are represented by energy projects with the payback period of 2-8 years which generates sustainable annual revenues in the long term. In this way energy innovations serve as the factors of intensification of innovative restructuring of economy.

Climate change poses a real problem that needs to be resolved straight away. According to the assessments by international climate experts a global temperature rise must not exceed 2°C in order to avoid the most hazardous of consequences brought about by climate change. Further to it, the study conducted by Eurelectric indicates that a complete decarbonization of the EU by 2050 would require a 63% rate

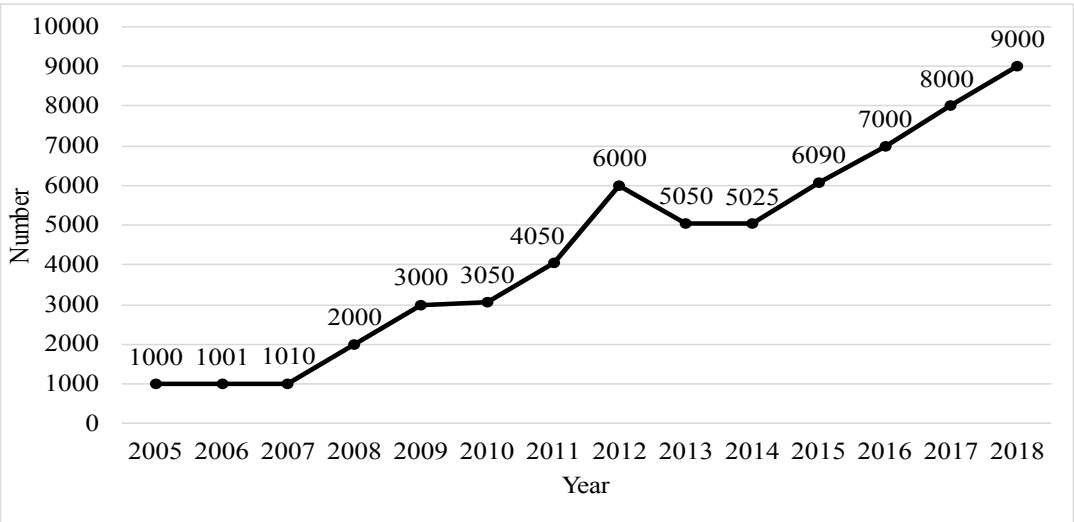


Figure 1. Dynamics of the number of EU patents for clean energy technologies

Source: developed on the basis of [12]

of electrification in transport and building with 50% rate of electrification within industrial processes. In 2015 a direct electrification in the EU fluctuated within 18-32% with the largest share represented by groups which consist of Nordic and Baltic countries [14].

The largest energy consumers in Europe are the sector of heating and cooling in buildings and industry constituting an approximate 50% of the final energy consumption [4]. Despite the fact that the sector is shifting towards low-carbon energy nearly two-thirds of the energy consumption still comes from direct combustion of fossil fuels (natural gas, oil, coal) (Figure 2).

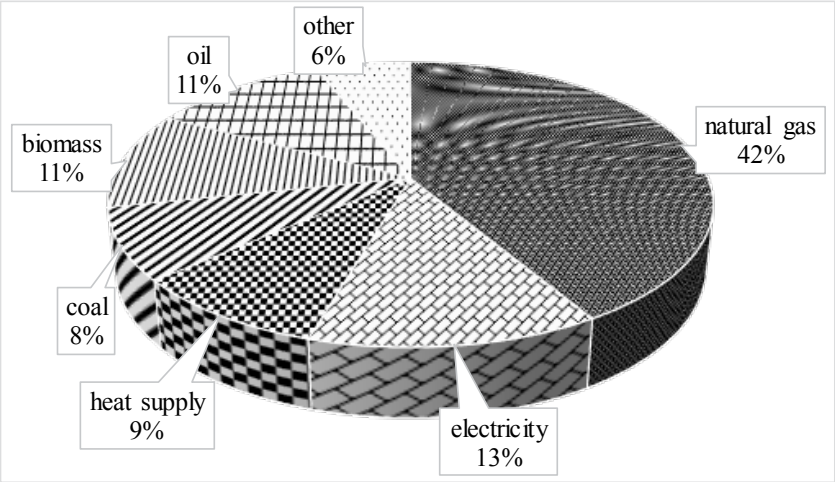


Figure 2. Final energy consumption for heating and cooling by fuel sources in EU, 2015

Source: developed on the basis of [14]

Analysis of consumption by the sectors of economy demonstrates that the highest value of final energy use is observed in the gas sector – 42%, significantly higher than with any other sector of consumption: final electrical energy consumption amounts to 13%, heat supply consumption for heating and cooling amounts to 9 %, coal consumption – 8%, while final consumption of biomass and oil for heating and cooling in buildings and industry comprise 11% each. It must be taken into consideration that the largest district heat supply systems are deployed in Poland (56,5 GW) and Germany (49,7 GW) [12].

Any policy aimed at decarbonization of heating in buildings and industrial heating for production facilities will have important impact upon the demand for natural gas in the future. Reduction in carbon emissions within industrial sector and achievement of stated objectives by 2050 would depend substantially on the combination of energy efficiency, electrification of heat energy, carbon capture and storage or utilization (CCU/CCS).

The EU has moreover emphasized the importance of solar photovoltaic plants to provide for 100% of energy demands of the EU from renewable sources and ensure the decarbonization of the energy sector.

Solar photovoltaic capacities are predominantly installed on rooftops and facades of buildings. Rooftop installations have higher capital costs however the generated energy can be fully or partially consumed on the site. This also yields better correspondence between the supply and the demand and ensures gradual electrification of heating in the EU.

Presently, the European market of photovoltaic systems is in rapid development. According to evaluation by EuPDResearch, the market grew beyond 10 GW in 2018. When compared to global indicators Europe ranks second by the number photovoltaic systems installed (28%) behind only Asia Pacific (50%) [14].

Consequently, the largest share belongs to the Netherlands – 20,4%, the second being Germany – 13,5%. The share of deployed domestic photovoltaic systems in Italy constitutes 6%, Great Britain and France – 3% each (Figure 3).

Consequently, the transition to clean energy with a simultaneous increase in the use of renewable sources of energy and electrification of the energy system is the primary goal of the European Union in the energy sphere.

European regions play a prominent role in the development of innovative technologies, creation of new value chains and opening up the markets for sustainable energy-saving solutions. Currently, the EU aspires for finding cutting-edge solutions to the issues that might arise in the upcoming future. The EU actively promotes innovations and sustainable technological developments through participation in research projects, testing new technologies or by means of creating pilot projects. Thuswise, the EU shapes the future in the energy policy of the European Union member states.

The European Union is engaged in the development of innovative technologies aimed at reducing energy consumption, depletion of primary limited resources and fuels such as coal, crude oil and natural gas. It must be noted that the EU provides the conversion of electrical energy into heat energy and inversely further implementing innovations and development programmes, deploying new capacities for transformation of the energy sector.

Europe confidently promotes a common energy policy based on competitive, sustainable and safe components. It is why namely the leading countries of the EU play a considerable part in the development of the energy sector. The European Union helps its member states fund their plans, targeted at energy efficiency, by means of its own budget and through

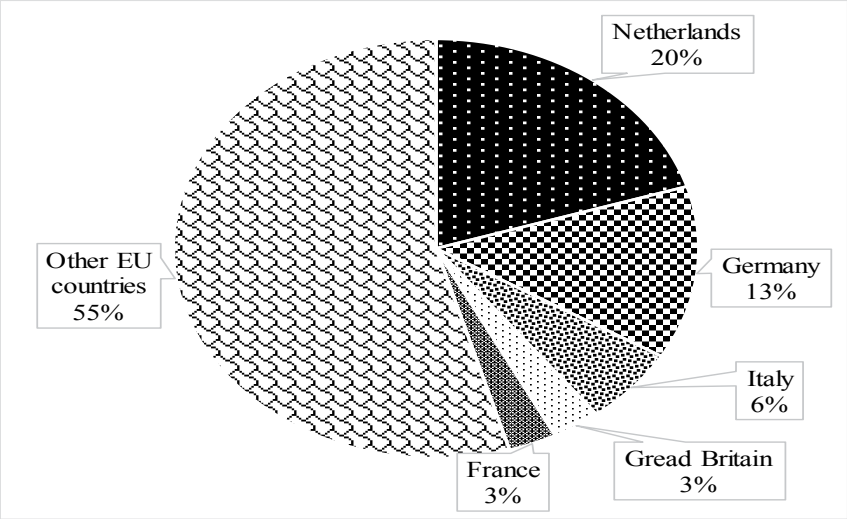


Figure 3. Share of deployed domestic photovoltaic systems by EU countries, 2018

Source: developed on the basis of [14]

EU financial institutions. A substantial funding within was made available on the part of the European Union with the purpose of increasing the energy efficiency among its population for 2014-2020.

The share of energy obtained from renewable sources in the structure of the total consumption of electrical energy in the countries of the European Union in 2016 constituted 17%. Among EU member states Sweden holds a leadership in the use of electrical energy from renewable sources – 53,8%. Among the countries with the highest rate of electrical energy consumption from renewable sources are Austria – 33,5% and Denmark – 32,2% [12] (Figure 4).

Overall, the EU stays on the right track with the share of renewable energy sources being on the rise year after year. It was already back in 2016 that 11 member states managed to reach the level necessary to ensure the achievement of their national goals by 2020. Among them Sweden, Denmark and Italy fulfilled and exceeded their national goals. Austria has approximately 1% left from its goal by 2020. However, Germany and France are clearly not meeting their set objectives.

It is worth noting that in 2017 electrical generation from wind, solar and biomass energy comprised 20, 9% of total generated electrical energy in the EU (Figure 5).

In comparison to the indicator of 2010 the growth rate was 1,7 percentage points per year. This, in its turn, led to the situation when the generation of electricity from solar, wind and biomass energy outdid the generation capacities of energy from lignite and black coal.

This indicates an extremely high rate of progress taking into consideration that only five years ago the energy generation from black coal was more than twice more extensive than the energy generated from hydropower, wind power and biofuels [13].

Conclusions. It has been elucidated that in 2017 the renewable energy sources constituted 30% of all the electrical energy of the European Union, 0, 2% higher in comparison to 2016. This was due to the fact that the growth of wind energy was offset by the lowest level of electrical energy generation at hydropower stations in the past 10 years.

Hence, energy sector is pivotal to the economic stability and growth of the countries of the European Union. The new Energy Sector Strategy (ESS) promotes secure, affordable, and sustainable energy

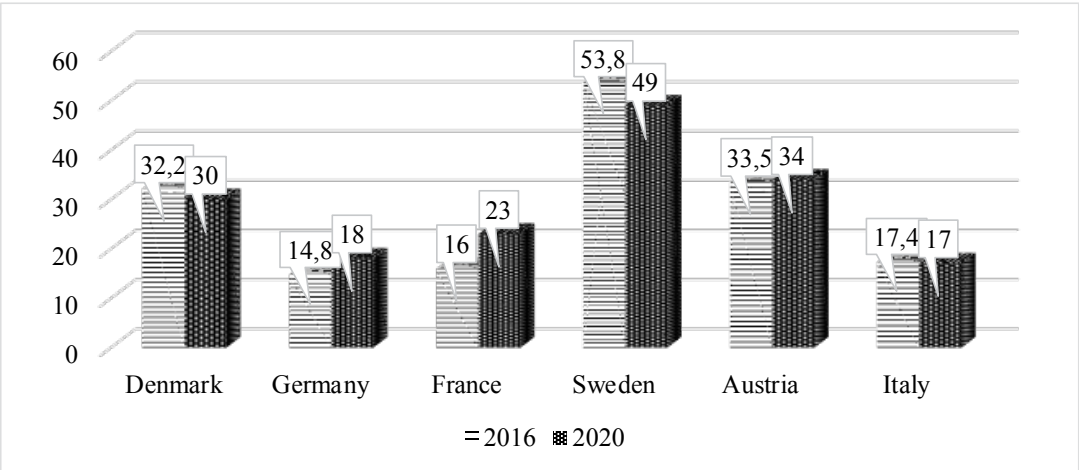


Figure 4. Share of energy from renewable sources in leading EU countries in 2016 and target values by 2020 (% from total final energy consumption)

Source: developed on the basis of [12]

through the transition to a market-oriented energy sector. Primary role in this lies in scaling-up the renewable energy sources.

For the purpose of developing energy efficient technologies it is expedient to conduct research related to development and optimization of complex systems of power supply to facilities, priority setting for improvements and upgrades to energy saving and environmentally safe technologies, for instance by formulating the procedure of consumer support for implementation of the complex system of energy supply and climatization which incorporates energy-active fencing and draws energy from renewable sources.

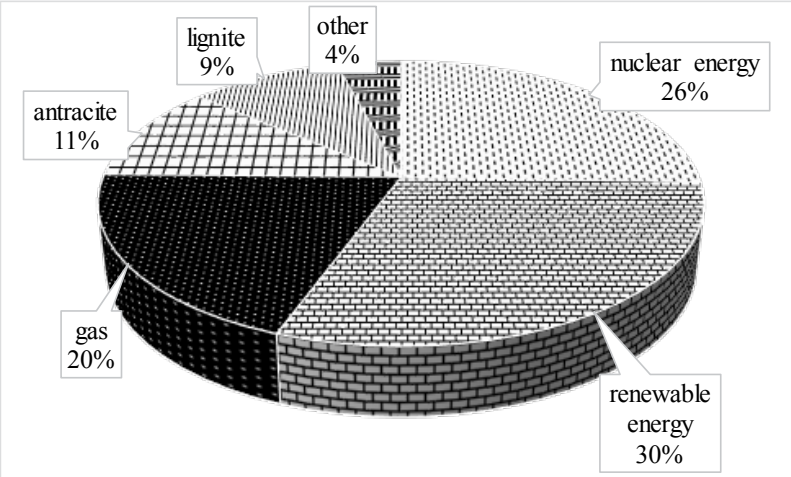


Figure 5. Structure of energy generation from various energy sources in EU in 2017

Source: developed on the basis of [13]

REFERENCES:

1. Bluszcz, A. (2017). European economies in terms of energy dependence. Quality & Quantity, 51(4), 1531–1548. URL: https://link.springer.com/article/10.1007/s11135-016-0350-1

2. Boersma, T., & Goldthau, A. (2017). Wither the EU's Market Making Project in Energy: From Liberalization to Securitization? In Energy Union (pp. 99–113). Palgrave Macmillan, London. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1057/978-1-137-59104-3_6

3. Bowden, N. & Payne, J. (2009). The casual relationship between U.S. energy consumption and real output: a disaggregated analysis. J. Policy Model, 2(31), pp. 180–188.

4. Energy. URL: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/664e7979-229e-%204326-b7e5-cbf-4c51545ed

5. European Investment Bank (EIB). URL: http://www.eib.org/en/index.htm

6. Gil'orme, T., Ryzhyk, Y., & Yaresko, A. (2016). Formation of the mechanism of energy efficiency management on the basis of 'predator-prey' concept. Problems of development modern science: Theory and practice: Collection of scientific articles. EDEX, Madrid, España, 107–110. URL: http://conf.at.ua/27.07.2016_ispanija.pdf#page=107

7. Gilorme, T. V., & Shachanina, Y. K. (2016). Corporate Social Reporting as a Dominant of Information Support for Enterprise Management. Economics and Society, (5), 672–677. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/120.pdf

8. Hilorme, T., & Shachanina, Y. (2017). Staff development as an object of accounting of a social activity of the entity. Economics and Finance, 6, 14–20. URL: http://ecofin.at.ua/maket_ehkonomika_i_finansy_06_2017.pdf

9. Matschoss, K., & Repo, P. (2018). Governance experiments in climate action: empirical findings from the 28 European Union countries. Environmental Politics, 27(4), 598–620. URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09644016.2018.1443743

10. Nasiritousi, N. (2017). Fossil fuel emitters and climate change: unpacking the governance activities of large oil and gas companies. Environmental Politics, 26(4), 621–647. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09644016.2017.1320832

11. Renewable energy in the EU (2018). URL: https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8612324/8-25012018-AP-EN.pdf/9d2%208caef-1961-4dd%201-a901-af%2018fl%2021%20fb2d

12. Renewable Energy Prospects for the European Union. URL: https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2018/Jan/IRENAREmapEUpreview_2018.pdf

13. The European Power Sector in 2017. URL: https://sandbag.org.uk/wp-content/uploads/2018/01/EU-power-%20sector-report-2017.pdf

14. Uropean energy innovation (2018). URL: http://www.europeanenergyinnovation.eu/OnlinePublication/Autumn2018/index.html

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Песцова-Світалка О.С.
МОНОПСОНІЧНИЙ РИНОК ПРАЦІ ТА ЙОГО МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ……**3**

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Волошко Н.О., Кіба Ю.І.
ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ……**9**

Дугієнко Н.О., Долгова А.М.
СВІТОВИЙ ДОСВІД ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ
В ЕКОНОМІКУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ……**14**

Ерфан Є.А., Павлишин К.Р.
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я……**19**

Кушнірук В.С., Донець Т.Є.
ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ ТА ПОСЛУГАМИ
В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ……**24**

Набок І.І., Григор’єва І.О.
ЗАСТОСУВАННЯ ПРАВИЛ ІНКОТЕРМС 2020 НА РИНКУ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ……**33**

Ніколайчук О.А.
ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ ТА ЧЕХІЇ: РЕАЛІЇ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ……**40**

Побоченко Л.М., Цой А.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ
ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ……**47**

Сардак С.Э., Реукова А.О., Турко В.И.
МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНФЛИКТЫ И ТУРИЗМ:
ХАРАКТЕРИСТИКА, ВЗАИМОСВЯЗЬ, РАЗВИТИЕ……**53**

Хмелевський О.В.
МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА У КЛЮЧОВИХ ТРЕНДАХ ЇЇ РОЗВИТКУ……**61**

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Барна М.Ю.
БЮДЖЕТНО-ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ:
ТЕНДЕНЦІЇ, РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ……**68**

Васильєва О.О.
ФОРСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ……**74**

Гарасим І.В., Яскал І.В., Лопащук І.А.
ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ЕКСТРАПОЛЯЦІЇ
ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ І РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ……**82**

Кравченко С.І.
ІДЕНТИФІКАЦІЯ СПЕЦИФІКИ НАЦІОНАЛЬНИХ
ТА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ……**88**

Пакуліна А.А., Головко-Марченко І.С., Пакуліна Г.С.
ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГУ НЕРУХОМОСТІ……**98**

Радченко О.П.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗЕМЕЛЬНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ……**105**

Frasyniuk Tatyana, Babachenko Marina
CLUSTERING AS ONE OF THE DIRECTIONS OF EFFECTIVE
STRATEGIC MANAGEMENT IN THE MARITIME COMPLEX……**111**

Шикіна О.В., Нєчева Н.В.
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ……**116**

Яковенко В.Г., Ляхно М.В., Дудка В.А.
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗЕЙ
НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА РАХУНОК ЗАХОДІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ……**126**

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Білик І.І., Подарин А.Р.
КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК МЕТОД ЗАЛУЧЕННЯ
ТА УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ..... **131**

Вєдєніна Ю.Ю., Буряк Є.В., Цимбал О.С.
ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ..... **136**

Гнатенко Є.П.
АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ДІАГНОСТИКИ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА..... **143**

Гребенікова О.В., Демкович К.А.
ОСНОВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ..... **148**

Гудзь О.Є., Шмалій Л.В.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ..... **157**

Гуржій Н.М., Онищенко О.А., Козюк О.В.
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА..... **163**

Євтушенко Г.В., Кулініч А.В.
СУЧАСНИЙ ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ..... **168**

Костецька Н.І.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... **174**

Латишева О.В., Підгора Є.О., Кіріллова М.М.
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ **181**

Манчур І.М., Микитюк Н.О.
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ЕКСПОРТ ТА ІМПОРТ
ЯК ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ..... **188**

Мартич Є.С., Христофорова О.М., Новікова Т.В.
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... **196**

Новікова Н.М.
СТРАТЕГІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ..... **201**

Пономаренко І.В., Вінікова І.І.
ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
ДЛЯ НАЛАГОДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ІЗ ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ..... **207**

Сергієнко О.А., Баранова В.В., Шеянова Е.Д.
УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... **214**

Старкіна М.О., Гаватюк Л.С.
ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ФІНАНСОВОГО СТАНУ..... **223**

Степаненко Н.І., Волкова І.М.
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МОДЕЛІ
КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ АГРОБІЗНЕСУ..... **228**

Стратійчук В.М.
УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТОМ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ..... **232**

Суходольська А.С., Ткачук С.С.
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ..... **239**

Танасійчук А.М., Сіренко С.О., Касько І.А.
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КНИГ..... **244**

Філіна О.В.
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ..... **252**

Філіна С.В.
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... **257**

Чернявська Є.І., Маслош О.В., Сергієнко А.П.
ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РІВЕНЬ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... **264**

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Коваленко О.В., Хайдарова Т.М., Сабірова І.М.
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ІНЖИНІРИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ 5Е В ЄДИНУ МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ БАНКОМ..... **272**

Созанський Л.Й.
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ..... **278**

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Макарова В.В., Михайлов А.М.
ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОДЕЛІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ СКЛАДНИК СТАЛОГО АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА..... **286**

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Весперіс С.З., Самусь Г.І., Щербина О.В.
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ..... **294**

Гавкалова Н.Л., Лола Ю.Ю.
ДЕМОКРАТИЧНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОРГАНІВ ВЛАДИ: ДОСВІД ЄВРОСОЮЗУ..... **300**

Літинська В.А.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРОЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... **306**

РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Водолазська О.А., Коновалова Д.Є.
АКТУАЛЬНІ ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ..... **312**

Дем'янюк А.В.
ПЕРСПЕКТИВИ БЮДЖЕТНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ..... **318**

Ізюмська В.А., Ляшко С.О.
ВПЛИВ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ..... **324**

Кміть В.М., Антосюк В.І.
НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ..... **330**

Коломийчук Н.М.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ..... **336**

Kryvtsun Iryna
FEATURES OF CONTEMPORARY BANK'S LIQUIDITY MANAGEMENT..... **341**

Ливдар М.В., Ярошевич Н.Б., Романик В.І.
ЕВОЛЮЦІЯ ТА СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ СВІТОВОЇ ОФШОРНОЇ СИСТЕМИ І ВПЛИВ НА УКРАЇНУ **346**

Лиса О.В., Лучіна А.Д.
ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... **354**

Мілошевич Н.В., Пашкова А.В.
СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ..... **360**

Міщенко Л.О., Сіліна І.С., Колесник Д.С.
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ..... **367**

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Атамас П.Й., Пецюх Я.В.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ, ДОХОДІВ І ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ..... **372**

Дубініна М.В., Сирцева С.В., Янковська Т.Ю.
ФОРЕНЗІК ЯК МЕТОД РОЗСЛІДУВАННЯ ВНУТРІШНЬОКОРПОРАТИВНИХ ВИПАДКІВ ШАХРАЙСТВА..... **377**

Духновська Л.М., Войцеховська К.В.
ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ З РОЗРАХУНКІВ ОПЛАТИ ПРАЦІ.....**384**

Зінченко О.В., Приємницька В.О.
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ.....**390**

Ілляшенко К.В.
ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ.....**398**

Тростянська К.М., Хапіліна К.О.
ЕКОНОМІКО-ЛОГІЧНІ ТА ЕВРИСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ
ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА.....**403**

Шацкова Л.П., Пшенична Т.А., Лазєєв М.Є.
ВИДИ ЗЕМЛЕВПОРЯДНИХ РОБІТ ТА АНАЛІЗ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ.....**413**

РОЗДІЛ 10. СТАТИСТИКА

Гальків Л.І., Подарин А.Р., Бегметюк Н.І.
СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ
ЗАЛЕЖНО ВІД СТАТІ ОСОБИ, ЯКА ОЧОЛЮЄ ДОМОГОСПОДАРСТВО.....**421**

РОЗДІЛ 11. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Новикова І.В., Пригара І.О., Тур О.М.
МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ
В МІСЦЕВИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ НА ПРИНЦИПАХ ЄС.....**427**

Черноусова Ж.Т., Бабенко І.Ю.
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ
ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЗА НАЯВНОСТІ МЕРЕЖЕВОНОГО ЕФЕКТУ ТА КОМП'ЮТЕРНОГО ПІРАТСТВА.....**433**

Гальцова О.Л.
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ
З ВИКОРИСТАННЯМ МЕХАНІЗМУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....**441**

Євстаф'єв С.М.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІІ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ.....**446**

Hilorme Tetiana
ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF COMPANIES IN THE SPHERE
OF ENERGY SAVING IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION.....**452**

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Pestsova-Svitalka Oksana
MONOPSONAL LABOR MARKET AND ITS PLACE IN UKRAINE'S ECONOMY.....**3**

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Voloshko Nataliia, Kiba Julia
FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND THEIR IMPORTANCE FOR THE ECONOMY OF UKRAINE.....**9**

Dugienko Natalia, Dolhova Anastasiia
WORLD EXPERIENCE OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS IN ECONOMY AND POSSIBILITIES OF ITS USE IN UKRAINE.....**14**

Erfan Yeva, Pavlyshyn Korneliya
THE IMPACT OF GLOBAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL HEALTHCARE MARKET.....**19**

Kushniruk Viktor, Donets Tetiana
FOREIGN TRADE OF GOODS AND SERVICES IN MYKOLAIV REGION: MODERN STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS.....**24**

Nabok Inna, Hryhorieva Inna
APPLICATION OF INCOTERMS 2020 RULES ON THE GRAIN PRODUCTS MARKET.....**33**

Nikolaichuk Olha
EXPERIENCE OF TOURISM DEVELOPMENT IN POLAND AND CZECH REPUBLIC: REALITIES OF USE IN UKRAINE.....**40**

Pobochenko Lesya, Tsoi Anastasia
WORLD MARKET DEVELOPMENT RESEARCH OF FRANCHISING SERVICES IN GLOBAL COMPETITION.....**47**

Sardak Sergii, Reukova Anastasia, Turko Vladislav
INTERNATIONAL CONFLICTS AND TOURISM: CHARACTERISTICS, RELATIONSHIP, DEVELOPMENT.....**53**

Khmelevskiy Oleg
INTERNATIONAL LOGISTICS IN KEY TRENDS IN ITS DEVELOPMENT.....**61**

SECTION 3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Barna Marta
BUDGETARY-FINANCIAL DECENTRALISATION IN UKRAINE: TRENDS, RISKS AND PROSPECTS.....**68**

Vasylieva Olena
FORESIGHT AS A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....**74**

Harasym Ivan, Yaskal Ihor, Lopashchuk Inna
USE OF THE EXTRAPOLATION METHOD FOR FORECASTING OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE DEVELOPMENT.....**82**

Kravchenko Sergey
IDENTIFICATION OF NATIONAL AND TRANSNATIONAL INNOVATION SYSTEMS SPECIFICS.....**88**

Pakulina Alevtyna, Holovko-Marchenko Inna, Pakulina Hanna
IMPROVING ADVERTISING AS AN ELEMENT OF REAL ESTATE MARKETING.....**98**

Radchenko Oleksander
CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF LAND REFORM IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS.....**105**

Frasyniuk Tatyana, Babachenko Marina
CLUSTERING AS ONE OF THE DIRECTIONS OF EFFECTIVE STRATEGIC MANAGEMENT IN THE MARITIME COMPLEX.....**111**

Shykina Olga, Niecheva Natalia
ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE MUSEUM OF UKRAINE.....**116**

Yakovenko Valentyna, Liakhno Maksym, Dudka Vadym
WAYS TO INCREASE THE ENERGY EFFICIENCY OF BRANCHES OF THE NATIONAL ECONOMY BY MEANS OF ENERGY SAVING.....**126**

SECTION 4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bilyk Iryna, Podaryn Anhelina
CONTENT-MARKETING AS A METHOD
OF ATTRACTING AND RETAINING CUSTOMERS.....131

Viedienina Yuliia, Buriak Yevhen, Tsymbal Olexandr
DETERMINATION OF PROFITABILITY FACTORS
AT UKRAINIAN MACHINE-BUILDING COMPLEX ENTERPRISES.....136

Gnatenko Evgeniya
ANALYSIS OF MODERN METHODOLOGICAL PROVISIONS OF FINANCIAL STATUS
DIAGNOSTICS AND MECHANISM OF ANTI-CROSS STABILIZATION OF ENTERPRISE.....143

Hrebenikova Olena, Demkovych Karyna
THE MAIN DETERMINANTS OF ESTIMATION THE INVESTMENT
ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES.....148

Gudz Elena, Shmaliy Lyudmila
ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROVISION
OF ECONOMIC SECURITY OF COMMUNICATION ENTERPRISES.....157

Gurzhii Natalya, Onishchenko Oksana, Koziuk Olha
CORPORATE ENTERPRISE CULTURE.....163

Yevtushenko Ganna, Kulinich Anna
MODERN CONCEPT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEMS.....168

Kostetska Nataliia
INFORMATION PROVISION OF AN ENTERPRISE ACTIVITY PLANNING.....174

Latysheva Olena, Pidhora Yelyzaveta, Kirillova Maryna
INFORMATION AND ANALYTICAL PROVISION
OF AN ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF THE ENTERPRISE.....181

Manchur Iryna, Mykytyuk Natalia
FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY: EXPORTS AND IMPORTS
AS FACTORS OF INFLUENCE FOR UKRAINE'S ECONOMIC.....188

Martysh Yelyzaveta, Hristoforova Elena, Novikova Tatiana
BRAND MANAGEMENT IN THE STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM.....196

Novikova Nataliia
THE STRATEGICS OF A RETAIL NETWORK 201

Ponomarenko Ihor, Vinnikova Inna
USE OF INTERNET MARKETING TO OBTAIN COMMUNICATIONS
WITH THE TARGET AUDIENCE.....207

Sergienko Olena, Baranova Valeria, Sheyanova Elina
TOOLS IMPROVEMENT FOR ASSESSMENT AND ANALYSIS
OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF A TOURIST COMPANY.....214

Starkina Mariana, Havatiuk Liudmila
FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE
AS THE MAIN INDICATOR OF FINANCIAL CONDITION.....223

Stepanenko Nataliya, Volkova Inna
METHODICAL PRINCIPLES OF IDENTIFICATION OF THE COMPETITIVE
ENVIRONMENT MODEL OF AGROBUSINESS ENTERPRISES.....228

Stratiichuk Viktoriia
CURRENT ASSET MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL
IN THE GLOBALIZATION AND EUROPEAN INTEGRATION CONDITIONS.....232

Sukhodolska Anna, Tkachuk Svitlana
MANAGEMENT OF PERSONNEL MARKETING AGAINST
THE BACKDROP OF THE DIGITAL ECONOMY.....239

Tanasychuk Alona, Sirenko Svitlana, Kas’ko Illia
BOOK MARKET MARKETING RESEARCH.....244

Filina Olga
KEY PRINCIPLES OF USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE BUSINESS.....252

Filina Svitlana
METHODICAL BACKGROUND OF BUSINESS PROCESSES OPTIMIZATION
OF TRADING COMPANIES OF CONSUMER COOPERATION.....257

Cherniavs’ka Eugenia, Maslosh Olha, Sergiienko Anna
FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS LEVEL OF ENTERPRISES.....264

SECTION 5. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Kovalenko Olha, Khaidarova Tetiana, Sabirova Indira
SOME ASPECTS OF INTEGRATING 5E MARKETING AND ENGINEERING CONCEPT INTO THE UNITED BANK MANAGEMENT MODEL **272**

Sozanskyy Lyubomyr
FOREIGN ECONOMIC ASPECTS OF FUNCTIONING OF PROCESSING INDUSTRY IN THE TRANSCARPATHIAN REGION **278**

SECTION 6. ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Makarova Viktoriia, Mykhaylov Andriy
ORGANIZATIONAL MODELS OF LAND USE AS AN IMPORTANT COMPONENT OF SUSTAINABLE AGRICULTURAL PRODUCTION **286**

SECTION 7. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Vesperis Svitlana, Samus Hanna, Scherbina Olha
THE ANALYSIS OF THE CURRENT EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT STATE OF THE RURAL POPULATION IN UKRAINE **294**

Gavkalova Nataliia, Lola Yuliia
DEMOCRATIC DECENTRALIZATION AND DIGITALIZATION OF AUTHORITIES: THE EXPERIENCE OF THE EU **300**

Litinska Valentine
FEATURES OF STAFF CAREER MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE **306**

SECTION 8. MONEY, FINANCES AND CREDIT

Vodolazska Oksana, Konovalova Daria
ACTUAL THREATS OF THE FINANCIAL SECURITY OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE **312**

Demianiuk Antonina
PROSPECTS OF BUDGETARY DECENTRALIZATION IN THE CONTEXT OF WORLD EXPERIENCE **318**

Izyumska Viktoria, Liashko Sofiia
THE IMPACT OF BUDGETARY POLICY ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE **324**

Kmit Vira, Antosyuk Vladyslava
AREAS OF OPTIMIZATION OF EXCISE TAXATION IN UKRAINE **330**

Kolomyychuk Natalya
PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE PUBLIC INTERNAL FINANCIAL CONTROL OF THE BUDGETARY PROCESS IN UKRAINE **336**

Kryvtsun Iryna
FEATURES OF CONTEMPORARY BANK'S LIQUIDITY MANAGEMENT **341**

Lyvdar Marta, Yaroshevych Natalya, Romanyk Viktoriia
EVOLUTION AND MODERN FEATURES OF THE WORLD OFFSHORE SYSTEM AND INFLUENCE ON UKRAINE **346**

Lysa Olena, Luchina Alona
FINANCIAL MECHANISM OF ENTERPRISE PROFIT MANAGEMENT UNDER UNCERTAINTY **354**

Miloshevich Nina, Pashkova Angelina
CURRENT REALITIES AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF INSURANCE COMPANIES IN UKRAINE **360**

Mishchenko Lyudmila, Silina Iryna, Kolesnik Daria
DIGITAL TECHNOLOGIES OF UKRAINIAN BANKS: THE STATE, PROBLEMS AND FUTURE TRENDS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE **367**

SECTION 9. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Atamas Petro, Petsiukh Yana
THEORETICAL BASIS OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF EXPENSES, INCOME AND FINANCIAL RESULTS **372**

Dubinina Maryna, Syrtseva Svitlana, Yankovska Tetiana
FORENSIC AS A METHOD OF INVESTIGATION
OF INTERNAL CORPORATE CASES OF FRAUD..... **377**

Duhnovska Liudmyla, Voitsekhovska Kseniia
FEATURES OF THE AUDIT OF CALCULATIONS LABOR PAYMENT..... **384**

Zinchenko Olena, Pryiemnytska Viktoria
ECONOMIC SUBSTANCE AND CLASSIFICATION OF CASH..... **390**

Illiashenko Kateryna
TRANSFORMATION OF THE DOMESTIC ECONOMY:
ACCOUNTING AND ANALYTICAL ASPECT..... **398**

Trostianska Karyna, Khapilina Karyna
ECONOMIC AND LOGISTIC AND HEURISTIC APPROACHES IN THE ANALYSIS
OF THE EXPORT ACTIVITY OF THE MANUFACTURING ENTERPRISE..... **403**

Shatskova Liubov, Pshenychna Tetiana, Lazeev Mykyta
TYPES OF LAND MANAGEMENT WORKS AND ANALYSIS OF THEIR EFFECTIVENESS..... **413**

SECTION 10. STATISTICS

Halkiv Liubov, Podaryn Anhelina, Behmetiuk Nazarii
STATISTICAL ESTIMATION OF THE HOUSEHOLDS' INCOME AND EXPENDITURE OF UKRAINE
DEPENDING ON THE GENDER OF THE PERSON WHO HEADS THE HOUSEHOLD..... **421**

SECTION 11. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Novikova Inna, Prigara Irina, Tur Aleksandr
THE MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC GOVERNANCE
IN LOCAL COMMUNITIES OF UKRAINE ON EU PRINCIPLES..... **427**

Chernousova Zhanna, Babenko Iryna
ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF THE PRICING MARKETING STRATEGY
ON THE SOFTWARE MARKET WITH THE NETWORK EFFECT AND COMPUTER PIRACY..... **433**

Galtsova Olga
STATE SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT
IN AGRICULTURE USING THE MECHANISM OF RESOURCE POTENTIAL..... **441**

Yestaf'ev Sergiy
CURRENT TRENDS IN MERGERS AND ACQUISITION PROCESSES..... **446**

Hilorme Tetiana
ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF COMPANIES IN THE SPHERE
OF ENERGY SAVING IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION..... **452**

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 38

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Засновник видання:
ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»
Адреса редакції: вул. Інглезі 6/1, оф. 135,
м. Одеса, Україна, 65009
Телефон: +38 (048) 709-38-69
Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua
E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua