

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 39

**Одеса
2020**

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.

Дзієканські 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.

Піллелієне 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 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;

*072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;
242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.*

**Рекомендовано до поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій протокол № 1 від 27.01.2020**

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

COMMUNICATION OF SOCIAL CAPITAL AND ECONOMIC DECENTRALIZATION IN THE INFORMATION NETWORK ECONOMY

УДК 330.14:330.34:330.16

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-1>

Елісеєва Л.В.

к.е.н., доцент,
старший науковий співробітник відділу
економічної історії
ДУ «Інститут економіки
та прогнозування
Національної академії наук України»

Yeliseieva Liudmyla

Institute for Economics and Forecasting
National Academy of Sciences of Ukraine

У статті розглянуто взаємозв'язок розвитку соціального капіталу та економічної децентралізації в умовах становлення інформаційно-мережевої економіки в Україні. Визначено роль соціального капіталу у руйнуванні централізованої системи державного управління економічними процесами та розподілу ресурсів. Проаналізовано особливості трансформації самоврядування та ролі місцевих мешканців у визначенні векторів економічного розвитку на місцях після 2013–2014 рр. Охарактеризовано можливості, ресурсну базу та зобов'язання місцевих громад щодо вирішення місцевих проблем унаслідок розвитку децентралізації в національній економіці. Систематизовано краудсорсингові інструменти, використання яких стало можливим завдяки розвитку інформаційно-мережевої економіки в Україні. Проаналізовано особливості запровадження в національній економіці моделей смарт-сіті та смарт-громад. Конкретизовано роль інституту громадського бюджету у розвитку соціального капіталу та поглибленні економічної децентралізації. Досліджено принципи формування бюджету участі та динаміку його поширення в Україні. Визначено економічну децентралізацію та формування соціального капіталу як стратегічні пріоритети розвитку національної економіки.

Ключові слова: соціальний капітал, економічна децентралізація, інформаційно-мережева економіка, краудсорсинг, громадський бюджет, смарт-громада, соціальний контроль.

В статті рассмотрена взаимосвязь развития социального капитала и экономиче-

ской децентрализации в условиях становления информационно-сетевой экономики в Украине. Определена роль социального капитала в разрушении централизованной системы государственного управления экономическими процессами и распределения ресурсов. Проанализированы особенности трансформации самоуправления и роли местных жителей в определении векторов местного экономического развития после 2013–2014 гг. Охарактеризованы возможности, ресурсная база и обязательства местных общин по решению местных проблем вследствие развития децентрализации в национальной экономике. Систематизированы краудсорсинг-инструменты, использование которых стало возможным благодаря развитию информационно-сетевой экономики в Украине. Проанализированы особенности внедрения в национальной экономике моделей смарт-города и смарт-общин. Конкретизирована роль института общественного бюджета в развитии социального капитала и углублении экономической децентрализации. Исследованы принципы формирования бюджета участия и динамику его распространения в Украине. Экономическая децентрализация и формирование социального капитала определены как стратегические приоритеты развития национальной экономики.

Ключевые слова: социальный капитал, экономическая децентрализация, информационно-сетевая экономика, краудсорсинг, общественный бюджет, смарт-община, социальный контроль.

In the article the relationship between social capital development and economic decentralization in the context of the emergence of an information-network economy in Ukraine is investigated. The level of centralization of state regulation by economic processes and the reasons for the deployment of decentralization in Ukraine are characterized. The role of social capital in the destruction of the centralized system of state management of economic processes and the allocation of resources is determined. The peculiarities of the transformation of self-government and the role of local residents in determining the vectors of economic development in the field after 2013–2014 are analyzed. The dynamics of development of public support for economic decentralization on the part of the population is characterized. The main results of financial decentralization in Ukraine are specified. The relationship between horizontal and vertical social capital formation and the creation of capable communities through the voluntary association of territorial communities has been investigated. The opportunities, resource base, and commitment of local communities to address local issues as a result of the development of decentralization in the national economy are described. Crowdsourcing tools have been systematized, the use of which was made possible by the development of the information and network economy in Ukraine. The peculiarities of introduction of smart-city and smart-community models in the national economy are analyzed. The role of the public budget institute in developing social capital and deepening economic decentralization is specified. The principles of formation of the participation budget and dynamics of its distribution in Ukraine are investigated. The influence of modernization of social capital on the intensity of communication and cooperation between economic agents has been revealed in order to more effectively attract local potential and enhance local competitive advantages. Economic decentralization and the formation of social capital are identified as strategic priorities for the development of the national economy.

Key words: social capital, economic decentralization, information and network economy, crowdsourcing, public budget, smart community, social control.

Постановка проблеми. На місцевому рівні формування соціального капіталу нерозривно пов'язане з діяльністю громад, які впливають на місцевий економічний розвиток як безпосередні учасники економічної взаємодії на локальному ринку, – підприємці – виробники благ та послуг

і споживачі, що формують локальний попит. Економічна спроможність територіальних громад визначається наявними матеріальними й нематеріальними активами. Якщо до перших належать природні ресурси, виробнича, соціальна інфраструктура та ін., то до других – соціальні норми,

соціальні мережі, довіра до інститутів влади та міжособистісна довіра, що в підсумку визначають здатність місцевих мешканців до кооперації, прийняття спільних рішень, економічної взаємодії, реалізації спільного бачення майбутнього розвитку спільноти. Водночас розкриття економічного потенціалу соціального капіталу громад вимагає відповідного інституційного ландшафту, що передбачає наявність економічних передумов та інституційної екосистеми прийняття економічних рішень, що визначають цілі, характер і траєкторію місцевого економічного розвитку. У зв'язку із цим дослідження взаємозв'язку розвитку соціального капіталу та децентралізаційних процесів вважаємо своєчасним і актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі аспекти цієї проблеми розкрили у своїх роботах вітчизняні дослідники, серед яких – М. Боднар, О. Гірман, А. Ємельянова, Я. Жаліло, В. Романова, О. Сидорчук, О. Шевченко та ін. Проте сьогодні залишаються невисвітленими проблеми розвитку економічної децентралізації через призму формування соціального капіталу.

Постановка завдання. Ми ставили за мету дослідити взаємозв'язок розвитку соціального капіталу та економічної децентралізації в умовах становлення інформаційно-мережевої економіки в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Після розпаду СРСР Україна зберегла надмірну радянську централізацію більшою мірою, ніж інші пострадянські країни. Станом на початок 2014 р. державні витрати України становили 52,7% ВВП, тоді як у країнах Балтії вони не перевищували 34–38% ВВП, що, на думку американського експерта з питань економічної політики в країнах Східної Європи А. Аслунда, має бути оптимальним і для України [1, с. 31]. За роки незалежності централізація управління зумовила звуження економічного простору для формування горизонтальних зв'язків, оскільки економічних стимулів до співпраці між регіонами, громадами міст, сіл, а також економічними суб'єктами в межах однієї громади майже не було – усі вагомі управлінські рішення приймалися не на місцевому рівні.

Суспільний запит на руйнування централізованої системи державного управління як рудименту радянської системи регулювання економічними процесами та розподілу ресурсів (коли з єдиного центру визначалися пріоритети розвитку для кожної громади та частка державного фінансування регіональних програм) посилювався внаслідок розбудови відкритого соціального капіталу України впродовж останніх років.

У 2014–2015 рр. більшість українців (59%) uważала розширення самоврядування та ролі місцевих мешканців у визначенні векторів економічного розвитку на місцях одними з першочергових

урядових завдань [2]. У відповідь були прийняті: Концепція реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади (01.04.2014), закони «Про співробітництво територіальних громад» (17.06.2014), «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (05.02.2015), зміни до Бюджетного й Податкового кодексів тощо.

Підтримка й обізнаність населення про цю реформу були одними з найвищих у суспільстві. Майже 80% населення України стверджувало, що вони поінформовані про хід реформи, і понад половина з них підтримувала такі ініціативи. В умовах високої інституційної недовіри до органів державної влади особливу роль у налагодженні комунікації між державними інституціями, місцевим самоврядуванням та населенням відіграли неурядові організації. Високі суспільні очікування щодо децентралізації були зумовлені необхідністю підвищення якості надання публічних послуг та стимулювання соціально-економічного розвитку територій і країни загалом. Майже 40% українського населення стверджувало, що поглиблення децентралізації сприятиме зменшенню негативних виявів деформації соціального капіталу, насамперед згасанню сепаратизму та нівелюванню між-регіональних суперечностей і, як наслідок, вирішенню військового конфлікту на Сході України [3, с. 130]. Водночас найбільш очікуваними результатами від такої реформи є поліпшення якості й доступності послуг, підвищення рівня добробуту населення, зниження рівня корупції, що мотивує економічних агентів до посилення економічної та громадянської активності і встановлення щільніших горизонтальних мережевих зв'язків.

У рамках реформи місцевого самоврядування було закладено підвалини для фінансової децентралізації, розвитку спроможних громад та дієздатного й найбільш наближеного до потреб суб'єктів господарювання інституту місцевого самоуправління. Формування спроможних громад передбачало добровільне об'єднання територіальних громад (далі – ОТГ), що фактично характеризувало готовність останніх до змін та брати на себе відповідальність за добробут членів громади і подальший економічний розвиток на місцях. В Україні процес утворення ОТГ можна вважати достатньо динамічним: у 2015 р. було організовано 159, у 2016 р. – 366, у 2017 р. – 665 ОТГ. До початку грудня 2019 р. було створено 1 009 об'єднаних територіальних громад, де проживало майже 11,3 млн осіб (32,1% від загальної чисельності населення України), хоча ще 6 342 громади залишилися необ'єднаними.

Укрупнення громад здійснювали через добровільне об'єднання з урахуванням думки економічних агентів та оцінкою потенційних ресурсних можливостей щодо забезпечення якісними послугами місцевих мешканців і соціально-економічного

розвитку території. Більшість об'єднань відбулося за ініціативою знизу. Разом із тим упродовж останніх років збільшилася частка суб'єктів господарювання, які вважають, що об'єднання громад слід здійснювати за рішенням державних інституцій, що свідчить про консервацію норм патерналізму в українському суспільстві, які деформують економічний потенціал соціального капіталу. Проте частка патерналістськи орієнтованого населення постійно зменшується і сьогодні є відносно невисокою – 3–9% населення України [4, с. 12].

На відміну від ОТГ територіальні громади, які виявилися більш соціально й економічно пасивними та досі не взяли участі у формуванні спроможних громад, мають обмежені фінансові та інституційні можливості щодо виробництва якісних послуг для своїх мешканців та забезпечення ефективного місцевого економічного розвитку. Зокрема, вони не можуть брати участі в конкурсі від Державного фонду регіонального розвитку, одержувати державні землі сільськогосподарського призначення в комунальну власність, а їхні місцеві бюджети не включено до прямих міжбюджетних відносин із державним бюджетом тощо. На підставі цього аналітики Національного інституту стратегічних досліджень дійшли висновку, що «в унітарній Україні громадяни однієї держави отримують на базовому рівні самоврядування відмінні можливості з огляду на різну управлінську спроможність територіальних громад виконувати самоврядні та делеговані державною повноваження» [5, с. 52]. Окрім того, на нашу думку, роль таких територіальних громад в економічному розвитку значно обмежена. Одна з істотних причин цього криється в недостатньо розвиненому соціальному капіталі або його значній деформації у таких громадах. Згідно з результатами національного дослідження, найбільший супротив формуванню ОТГ чинять сільські, селищні голови та представники районної влади [6, с. 5], в руках яких сьогодні практично монополізована вся місцева влада і тому їхня поведінка часто має переважно рентоорієнтований характер. Водночас мешканці територіальних громад, які не залучені до процесу формування інституційно спроможних громад, виявляють нижчий рівень готовності брати участь у вирішенні місцевих проблем порівняно з ОТГ. Окрім того, у традиційних територіальних громадах економічні агенти надають перевагу пасивним і непрямим, тоді як в ОТГ – прямим інструментам впливу на місцеві інституції та участі в економічних процесах. Порівняно з неререформованими громадами об'єднані територіальні громади часто мають більший потенціал горизонтального капіталу (що ґрунтується на розвиненій горизонтальній взаємодії членів громади) та водночас відбувається значний приріст потенціалу вертикального соціального капіталу, оскільки мешканці ОТГ

мають прямі та ефективні інструменти суспільного контролю над діями місцевих владних інституцій та беруть активнішу безпосередню участь у процесі прийняття рішень. При цьому найбільш поширеними механізмами участі місцевих мешканців в управлінні громадами є громадські слухання, збори, де обговорюють вирішення нагальних проблем. В окремих випадках активність суб'єктів господарювання спричиняла зміни первинних рішень посадовців відповідно до вимог мешканців громади. Водночас можна відзначити й спроби нових інституцій самоврядування бути більш відкритими та прозоро здійснювати свою діяльність, оприлюднюючи всі прийняті рішення на своїх сайтах та у ЗМІ. Разом із тим навіть коли посилення впливу членів громади на органи місцевого самоуправління не було помітним, у населення більшості ререформованих і неререформованих громад поступово почав підвищуватися інтерес до участі у заходах контролю над діяльністю місцевих інституцій [6, с. 12], що загалом свідчить про активізацію соціального капіталу та зростання його ролі у соціально-економічних процесах на місцях.

Унаслідок реформи місцеві громади одержали більші можливості, ресурси та зобов'язання щодо вирішення місцевих проблем. З одного боку, відбулося розширення податкової бази: місцевий бюджет почали наповнювати 100% митних зборів, 5% акцизного податку, зросли надходження від податку на доходи фізичних осіб, плати за користування землею, податку на нерухомість тощо. Так, без урахування трансфертів за останні п'ять років місцеві бюджети зросли в три з половиною рази, із 68,6 млрд грн у 2014 р. до 234 млрд грн у 2018 р. Одним із найбільш значимих результатів фінансової децентралізації стало зростання частки місцевих податків і зборів у доходах місцевих бюджетів: якщо в 2012–2013 рр. вони становили лише 2,5%, то в 2018 р. – близько 30% [7]. У 2018 р. уперше обсяг місцевих бюджетів перевищив обсяг державного бюджету, становивши більшу частину (52%) зведеного бюджету України. Нині через місцеві бюджети в національній економіці перерозподіляється понад 15% ВВП.

Водночас фінансова децентралізація, яка була розпочата в 2015 р., ще до проведення децентралізації повноважень дала змогу органам самоврядування використати кошти для задоволення нагальних і першочергових потреб населення на місцях, що в підсумку сприяло подоланню багатьох соціально-економічних суперечностей, підвищило рівень оптимістичних суспільних очікувань від таких перетворень та сприяло соціальному згуртуванню громад, що, зрештою, позитивно відбилося на зміцненні соціального капіталу громад.

З іншого боку, згодом на рівень громад були передані значні повноваження щодо розвитку первинної медицини, швидкої допомоги, дошкільної

і шкільної освіти, комунального господарства, охорони правопорядку, пожежної охорони, соціального захисту, внаслідок чого істотно зросли обов'язки громад та вимоги до інститутів місцевого самоврядування.

Включення до структури місцевих бюджетів витрат, пов'язаних із задоволенням базових потреб мешканців громади, має велике соціальне й економічне значення. В умовах зростання фінансової спроможності громад це дає змогу достатньо швидко поліпшити середовище життєдіяльності їхніх мешканців та розширити доступ до якісних медичних, освітніх послуг, соціального захисту, що позитивно позначається на вирішенні багатьох соціально-економічних проблем і зменшенні рівня соціальної напруги в регіоні. Водночас економічні агенти, які більш схильні довіряти власним оцінкам, аніж експертам і державним інституціям, можуть розцінити підвищення якості публічних послуг як зростання ефективності економічної діяльності органів місцевого самоврядування та влади загалом.

Унаслідок децентралізації та реформи місцевого самоврядування найбільш відчутними для населення виявилися поліпшення у таких сегментах, як ремонт й утримання доріг, забезпечення діяльності соціальних закладів, благоустроїв, надання адміністративних послуг тощо [2, с. 9]. Так, громади й органи місцевого самоврядування отримали право надавати своїм мешканцям широкий спектр адміністративних послуг, що було уможливлено створенням спеціалізованих Центрів надання адміністративних послуг (далі – ЦНАП), динаміка створення яких в Україні достатньо висока: наприкінці 2018 р. функціонувало 775, а вже в 2019 р. – 806 таких інституцій.

За останні роки місцеві громади продемонстрували здатність успішно освоювати кошти для реалізації соціально-економічних проєктів. Найчастіше з їхніх бюджетів фінансували проєкти на вирішення короткострокових проблем громад. Проте, ймовірно, саме це дало мешканцям громад змогу швидше побачити результати мережевої взаємодії та співпраці з органами самоврядування. І хоча в 2015 р. лише 15% українців помітили позитивні зрушення внаслідок такої реформи, то в 2016 р. їхня частка становила 46%, а на кінець 2018 р. – уже 61,5% [4, с. 8]. Водночас через поліпшення місцевого благоустрою формуються сприятливі передумови для міжособистісних комунікацій, розширення рамок спільнот і зміцнення мережевої взаємодії між ними, тобто в підсумку це також дає поштовх до розбудови відкритого горизонтального соціального капіталу.

Загалом додаткові фінансові ресурси, які отримують об'єднані територіальні громади, та більша самостійність у прийнятті рішень і розв'язанні нагальних місцевих потреб стали каталізатором

для економічного розвитку на місцях. Проте вагомою проблемою для забезпечення місцевого економічного розвитку виявилася залежність місцевих бюджетів від державних трансфертів. Із 2014 до 2019 р. обсяг такого державного фінансування зріс майже в 39 разів – з 0,5 млрд до 19,37 млрд грн, а в державному бюджеті 2019 р. передбачено 40 відповідних дотацій і субвенцій. Загалом така тенденція формування місцевих бюджетів створює ризики «ручного» регулювання економічної політики ОТГ, зокрема з позаекономічною, у т. ч. корупційною та рентоорієнтованою, мотивацією [5, с. 18], а також обмеження доступу до ресурсів ієрархічною вертикаллю їх розподілу.

У рамках децентралізації на рівні багатьох міст зміни відбуваються у формі розбудови моделі «смарт-сіті» (розумних міст). Основою для розбудови такої моделі є соціальна взаємодія та соціальне залучення, що спирається насамперед на інструменти краудсорсингу та краудфандингу. Важливими краудсорсинговими інструментами стають бюджет участі, е-петиція, громадські слухання, опитування, місцеві ініціативи, публічні консультації тощо. Так, краудсорсинг – ключова технологія міжнародного проєкту «Європейське інноваційне партнерство щодо розвитку розумних (смарт) міст та громад», який реалізується в більшості країн ЄС та спрямований на залучення місцевого населення до вдосконалення міського простору з метою розширення соціальних та економічних взаємодій.

Сьогодні програму Smart Cities почали реалізувати в кількох містах України, зокрема в Дніпрі, Києві, Львові, Харкові та ін. Вона передбачає запровадження технологій, які дають змогу спростити горизонтальну й вертикальну взаємодію суб'єктів господарювання у містах. Наприклад, у Харкові запрацювала цифрова платформа для обробки запитів економічних агентів, у Вінниці запущений онлайн-сервіс WinDim24, що створює майданчик для громадського контролю над якістю комунальних послуг, у Дніпрі – сервіси з контролю виконання міського бюджету та спрощення отримання адміністративних послуг «Е-контакт» тощо. Залучаючи громадян у процес прийняття важливих для громади рішень, технологія смарт-сіті сприяє підвищенню рівня обґрунтованості прийняття рішень та створенню відповідного «розумного» середовища у громадах – т. зв. смарт-громад, що, зі свого боку, підвищує «вартість» їхнього соціального капіталу.

В останні роки зростає значення такого інструменту смарт-регулювання, як бюджет участі, за допомогою якого розширюються можливості економічних агентів брати участь у розподілі місцевого бюджету, визначати пріоритетні напрями його використання, а також налагоджувати активну комунікацію між місцевими інституціями й громадськістю, що підвищує ефективність використання

бюджетних коштів. Основними принципами формування такого бюджету є відкритість й інклюзивність (що означає залучення якомога більшого числа стейкхолдерів до процесу прийняття рішень), підтримка соціальної й економічної активності учасників місцевих громад, залучення місцевого населення до реалізації проєктів-переможців (що через податки сприяє поверненню частини витрачених коштів назад до місцевого бюджету), соціальна підзвітність, обов'язковість виконання, прозорість і сталість проєкту тощо [8, с. 40]. Сьогодні механізм бюджету участі використовують майже в 95 містах та ОТГ України. Від часу появи загальний обсяг таких бюджетів в Україні становить майже 1 млрд грн, у тому числі понад 700 млн грн щодо проєктів, голосування за які відбулося після 2017 р. [9, с. 22]. Це свідчить про істотне фінансове підґрунтя для реалізації економічного потенціалу краудсорсингу в місцевому розвитку. Так, лише в Києві у рамках бюджету спільної участі забезпечують виконання 554 проєктів вартістю близько 161 млн грн [10]. Керівниками соціальних ініціатив переважно є економічні агенти віком 26–45 років. Загалом до розроблення та вибору проєктів у рамках формування бюджетів участі в Україні долучилося близько 2 млн українців: у середньому кожен містянин країни голосує за 2,6 проєкту. Це відносно високий показник, оскільки в багатьох європейських країнах його було досягнуто за період значно триваліший, ніж в Україні, що свідчить про високу готовність українців активно включатися у суспільно-політичні процеси, а водночас і про наявність значного потенціалу соціального капіталу, який може й повинен бути використаний як ресурс економічних перетворень.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, державний сектор як вертикальна ієрархічна структура, як правило, не враховує особливості місцевих інститутів, має обмежені можливості щодо мобілізації потенціалу соціального капіталу агентів територіальної громади для вирішення ключових проблем економічного розвитку на місцях, що, відповідно, гальмує і розвиток національної економіки. У зв'язку із цим модернізація соціального капіталу, яка пришвидшила децентралізаційні процеси та розширила перелік інструментів впливу мешканців громад на державні й місцеві інституції, здатна мотивувати до посилення комунікації та співпраці між економічними агентами, що зумовлює ефективне залучення місцевого потенціалу та посилення місцевих конкурентних переваг. Водночас така реформа сприятиме посиленню взаємодії між горизонтальним та вертикальним соціальним капіталом, а також соціальним капіталом територіальних громад та суспільства загалом, що сприятиме зменшенню суперечностей між центром і регіонами та зміцненню основ унітарної держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аслунд А. Україна: Що пішло не так і як це виправити. Київ : Києво-Могилянська академія, 2015. 294 с.
2. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати соціологічного дослідження : аналітичний звіт / Київський міжнародний інститут соціології, Рада Європи. Київ : KMIS, 2015. 116 с.
3. Путівник по реформах. Книга для розуміння сімнадцяти ключових реформ в Україні / Громадська організація «Інтерньюз-Україна», Посольство Фінляндії в Україні. Київ : Аванпост-прим, 2017. 282 с.
4. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати четвертої хвилі соціологічного опитування : аналітичний звіт / Київський міжнародний інститут соціології, Рада Європи. Київ, 2019. 146 с.
5. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу : аналітична записка / Я.А. Жаліло та ін. Київ : НІСД, 2019. 192 с.
6. Сидорчук О. Децентралізація: результати, виклики і перспективи : аналітичний звіт / Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. Київ, 2016. 32 с.
7. Зведений бюджет України / Міністерство фінансів України. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/2018/> (дата звернення: 23.12.2019).
8. Впровадження громадської моделі бюджету участі на місцевому рівні: рекомендації по впровадженню / М. Боднар та ін. Київ : Центр розвитку інновацій, 2019. 40 с.
9. Ємельянова А., Лобойко С., Литвинова К. Стан впровадження громадського бюджету (бюджету участі) у містах України / Центр розвитку інновацій, EGAP, Фонд «Східна Європа». Київ : Центр розвитку інновацій, 2017. 42 с.
10. Бюджет участі / Громадський проєкт KyivSmartCity. URL : <https://gb.kyivcity.gov.ua> (дата звернення: 23.12.2019).

REFERENCES:

1. Aslund A. (2015) *Ukraine: Shcho pishlo ne tak i yak tse vypravlyty* [Ukraine: What went wrong and how to fix it]. Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia. (in Ukrainian)
2. Kyiv International Institute of Sociology (2015). *Detsentralizatsiia ta reforma mistsevoho samovriadvannia: rezultaty sotsiologichnoho doslidzhenia* [Decentralization and Local Self-Government Reform: Results of a Sociological Study]. Kyiv: KMIS. (in Ukrainian)
3. NGO "Internews-Ukraine" (2017). *Putivnyk po reformakh. Knyha dlia rozuminnia simnadtsiaty kliuchovykh reform v Ukraini* [Reform Guide. A book for understanding seventeen key reforms in Ukraine]. Kyiv: Avandpost-prym. (in Ukrainian)
4. Kyiv International Institute of Sociology (2019). *Detsentralizatsiia ta reforma mistsevoho samovriadvannia: rezultaty chetvertoi khvyli sotsiologichnoho opytuvannia* [Decentralization and reform of local self-government: results of the fourth wave of sociological survey]. Kyiv: Kyiv International Institute of Sociology. (in Ukrainian)
5. Zhalilo Ya.A., Shevchenko O.V., Romanova V.V. (2019) *Detsentralizatsiia vlady: poriadok denniy na*

serednostrokovu perspektyvu [Power Decentralization: Medium-Term Agenda]. Kyiv: National Institute for Strategic Studies. (in Ukrainian)

6. Sydorchuk O. (2016) Detsentralizatsiia: rezultaty, vyklyky i perspektyvy [Decentralization: results, challenges and prospects]. Kyiv: Ilko Kucheriv Democratic Initiatives Foundation. (in Ukrainian)

7. Ministry of Finance of Ukraine (2018). Zvedenyi biudzhety Ukrainy [Consolidated Budget of Ukraine]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/2018/> (accessed 23 December 2019).

8. Bodnar M., Loboiko S., Khatsevykh I. (2019) Vprovadzhennia hromadskoi modeli biudzhetu uchasti

na mistsevomu rivni: rekomendatsii po vprovadzhenniu [Implementing a Public Participatory Budget Model at Local Level: Implementation Recommendations]. Kyiv: Tsentri rozvytku innovatsii. (in Ukrainian)

9. Yemelianova A., Loboiko S., Litvinova K. (2017) Stan vprovadzhennia hromadskoho biudzhetu (biudzhetu uchasti) u mistakh Ukrainy [State of implementation of public budget (budget of participation) in Ukrainian cities]. Kyiv: Tsentri rozvytku innovatsii. (in Ukrainian)

10. Biudzhety uchasti. Hromadskyi proekt "KyivSmart-City" [Participation budget. Public project "KyivSmart-City"]. Available at: <https://gb.kyivcity.gov.ua> (accessed 23 December 2019).

ІНСТИТУТ ВЛАСНОСТІ ТА ДОВІРИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ПРІОРИТИЗАЦІЯ, ІМПУЛЬСИ РОЗВИТКУ ТА КРИСТАЛІЗАЦІЯ ОБРИСІВ

THE INSTITUTE OF PROPERTY AND TRUST IN NATIONAL ECONOMY: PRIORITIZATION, IMPULSE OF DEVELOPMENT AND CRYSTALIZATION OF FACILITIES

УДК 330.837:330.341.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-2>

Краус Н.М.

д.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені
Бориса Грінченка

Краус К.М.

к.е.н., доцент кафедри управління
Київський університет імені
Бориса Грінченка

Осецький В.Л.

д.е.н., професор кафедри економічної
теорії, макро- та мікроекономіки
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Kraus Nataliia

Borys Grinchenko Kyiv University

Kraus Kateryna

Borys Grinchenko Kyiv University

Osetskyi Valerii

Taras Shevchenko National University
of Kyiv

У статті досліджено інститут власності національної економіки крізь призму регулюючих інститутів ринку власності, інституту обмежень, санкцій, примусу та інститутів пріоритизації розвитку власності. Зроблено спробу представити співвідношення в дії формальних та неформальних інститутів власності. Запропоновано авторське бачення імпульсів розвитку нової якості інституту довіри, проблем, що мають місце у розбудові довготривалих відносин на довірі, визначено їх характерні особливості та розкрито зміст. Авторами словлено думку про те, що сьогодні до ключових причин втрати довіри належать: неетична поведінка працівників (шахрайство, хабарництво, корупція), яка буває під час проведення аналізу ризиків бізнес-суб'єкта; ненадійність інформаційного захисту даних чи активів, які отримують від споживачів. Аргументовано дослідженнями вагомість розбудови відносин власності, заснованих на довірі. Розкрито заходи регулювання відносин власності, що не можуть не базуватися на не менш потужному інституті – інституті довіри в системі інституціонального оформлення. Представлено рейтинг інститутів забезпечення прав власності та довіри до урядових інститутів, якості правових інститутів в окремих країнах світу в 2011 і 2018 рр.

Ключові слова: інститут довіри, інститут власності, національна економіка, пріоритизація розвитку власності, імпульси розвитку нової якості інституту довіри.

В статье исследован институт собственности национальной экономики через при-

зму регулирующих институтов рынка собственности, института ограничений, санкций, принуждения и институтов приоритизации развития собственности. Сделана попытка представить соотношение в действии формальных и неформальных институтов. Предложено авторское видение импульсов развития нового качества института доверия, проблем, имеющих место в развитии долгосрочных отношений на доверии, определены их характерные особенности и раскрыто содержание. Авторами высказано мнение о том, что сегодня к ключевым причинам потери доверия относятся: неэтичное поведение работников (мошенничество, взяточничество, коррупция), которое бывает при проведении анализа рисков бизнес-субъекта; ненадежность информационной защиты данных или активов, полученных от потребителей. Аргументировано исследованиями значимость развития отношений собственности, основанных на доверии. Раскрыты меры регулирования отношений собственности, которые не могут не базироваться на не менее мощном институте – институте доверия в системе институционального оформления. Представлен рейтинг институтов обеспечения прав собственности и доверия к правительственным институтам, качества правовых институтов в отдельных странах мира в 2011 и 2018 гг.

Ключевые слова: институт доверия, институт собственности, национальная экономика, приоритизация развития собственности, импульсы развития нового качества института доверия.

The article examines the institute of ownership of national economy through the prism of regulating institutions of the property market, the institute of restrictions, sanctions, coercion, and the institutions of prioritization of property development. An attempt has been made to represent the correlation between formal and informal property institutions. Author's vision of the impulses for the development of a new quality of the institute of trust, the problems that have a place in the building of long-term relationships on trust, the characteristic features and the content are presented. Authors are of the opinion that the key reasons for the loss of trust today include: unethical behavior of employees (fraud, bribery, corruption), which occurs during the analysis of risks of business entity; unreliability of information protection of data or assets received from consumers. Rationale for trust-based property relations is grounded in research. It is established that measures of regulation of property relations consist of economic, moral, ethical, legal and contractual measures. The measures of regulation of property relations, which cannot but be based on no less powerful institute – the institute of trust in the system of institutional registration, are revealed. Trust has been shown to apply not only to the corporate brand, the products / services provided, or the people who represent the entity. Trust takes place in data and analytics. The rating of the property rights and trust institutions of the governmental institutions, the quality of legal institutes in individual countries in 2011 and 2018 are presented. Singapore and Sweden occupied the leading position in 2011 and 2018 years on the three indicators (quality of legal institutions, intellectual property rights and public domain to government institutions) of the rating of property rights and trust in governmental institutions. As for Ukraine, in terms of quality of legal institutions in 2011 and 2018 it was in the last positions in this rating. In terms of intellectual property rights, in the years under review, Ukraine had the worst ranking among the countries in the rating list, and by public confidence in governmental institutions, Ukraine ranked last in 2018 slightly in 2018 and ranked fourth from the end.

Key words: institute of trust, institute of property, national economy, prioritization of property development, impulses of development of new quality of institute of trust.

Постановка проблеми. Фактом сьогодні є те, що ефективну довгострокову модель розвитку економіки будь-якої країни світу неможливо побудувати без високого рівня інституту довіри з боку всіх стейкхолдерів: працівників, споживачів, постачальників, посередників, представників органів влади, власників тощо. Однак у сучасному світі відносини власності зі стейкхолдерами набувають

нового змісту, нового характеру та виходять на зовсім інший рівень довіри. Сучасний покупець на ринку більше не чекає від виробника чи торговця виключно надання послуги або продажу товару. Нині покупець вибагливий, хоче чогось унікального, він цінує власний час, а тому, звертаючись на ринок, бажає не лише отримати певну послугу чи придбати необхідний товар, він намагається

вирішити значно ширше коло своїх проблем, причому зробити це максимально швидко й ефективно за допомогою узгодженості між інститутом власності та інститутом довіри.

Саме низкою вищеперерахованих чинників і викликана потреба у даному науковому дослідженні, що полягає у з'ясуванні та обґрунтуванні пріоритизації ринку власності в ході інституціоналізації, імпульсів розвитку інституту власності в ході інституціональних змін та кристалізації обрисів у частині підвищення рівня довіри.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Із дослідженням загальних аспектів інституційної довіри і методологічними аспектами інституту власності національної економіки та проблемами відновлення рівня довіри до різного роду інститутів пов'язані імена О. Голобородька [1], О. Гриценка [2], О. Дзюблюка [3], Т. Камінської [2], В. Кудряшова [4], П. Леоненка [5], О. Манжури [6], В. Мельника [7], В. Нападистої [8], А. Сен-Симона [9], Л. Шевченка [2] та ін. Але разом із тим значна кількість проблем, таких, наприклад, як соціально-економічні засади довіри до реформування системи органів державної влади, інституту власності, розбудова відносин власності, що засновані на довірі, та загалом шляхи розбудови нового інституту власності на засадах цифровізації, залишаються недостатньо дослідженими й потребують глибокого вивчення.

Постановка завдання. Мета статті – запропонувати авторське бачення матричної структури інституціоналізації ринку власності в національній економіці на засадах цифровізації; визначити регулюючі інститути ринку власності, інститути обмежень, санкцій та примусу, інститути пріоритизації розвитку власності, розкрито їх зміст; дослідити співвідношення в дії формальних та неформальних інститутів власності; вказати рейтинг інститутів забезпечення прав власності та довіри до урядових інститутів, якості правових інститутів в окремих країнах світу в 2011 і 2018 рр.; визначити імпульси розвитку нової якості інституту довіри, проблеми, що мають місце у розбудові довготривалих відносин на довірі; викристалізувати ключові причини втрати довіри, щоб на цьому пізнанні вибудувати новий сучасний інститут власності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Плеяда знаних соціалістів-утопістів А. Сен-Симон, Р. Оуен, Ш. Фур'є у дослідницькій праці «Вибрані твори», розкриваючи зміст відносин власності, стверджували, що «...інститут власності ... служить фундаментом суспільного будинку» [9, с. 355]. Науковець зі світовим ім'ям Г. Гурвич у статті «Соціалізм і власність» стверджував, що суспільна власність може належати лише державі й «ні найменшою мірою не належить окремих частинам держави або окремим громадянам», тому процес усупільнення є не що інше, як створення засад монополізації. На його думку, монополія – це

руйнівна сила, яка спотворює всі природно-економічні зв'язки в суспільстві [10, с. 409]. Свого часу об'єктивно сфокусував свою увагу на інституті права власності й американський економіст Ф. Пріор, стверджуючи, що «власність є сукупність прав або комплекс взаємозв'язків між людьми стосовно деякого блага, послуги або «речі», такі права повинні мати економічну цінність і забезпечуватися способом дії, визнаним у суспільстві» [4, с. 19]. Дане розуміння інституту власності викликає об'єктивну потребу у представленні матричної структури ринку власності крізь призму інституціоналізації (табл. 1).

У системі інституціонального оформлення розробляються адекватні конкретній ринковій ситуації заходи регулювання відносин власності, що не можуть не базуватися на не менш потужному інституті – інституті довіри. Ці заходи регулювання відносин власності складаються з:

- *економічних заходів*, які застосовують стимули економічного розрахунку, що засновані на свідомому і добровільному виборі прийнятних правил індивідуальної поведінки на основі економічної доцільності, використанні офіційних податкових пільг та переваг санкціонованого використання нових технологій;

- *морально-етичних заходів*, які засновані на пропаганді правил «чесного бізнесу» та суспільного неприйняття несанкціонованого використання чужої власності;

- *правових заходів* – захисту прав та інтересів авторів та їх правонаступників (захист «патентної монополії») силою законів держави за допомогою відповідних механізмів покарання виробників «піратів» за несанкціоноване використання об'єктів промислової власності;

- *договірних заходів*, що передбачають розроблення вигідних для підприємства договорів і угод та добровільне прийняття на себе договірних зобов'язань щодо співпраці та спільної діяльності з партнерами по бізнесу [2, с. 84].

Захистом прав власності є правове забезпечення недоторканності цих прав із високим рівнем довіри, їх непорушності, а в разі порушення застосування заходів примусового характеру, спрямованих на відновлення цих прав. Право на захист з'являється у власника прав власності лише в момент порушення або апелювання його прав та інтересів, що охороняються законом, і реалізується в рамках цивільних, кримінальних та адміністративних правовідносин, які виникли при цьому й за наявності високого рівня довіри. Згідно зі спостереженнями і дослідженнями в частині рівня забезпечення прав власності та довіри до різного роду інституцій, сьогодні простежується висока розбалансованість і падіння у розрізі показників за роками. Рейтинг інститутів забезпечення прав власності та довіри до урядових інститутів у різних країнах світу представлено в табл. 2.

Таблиця 1

Матрична структура інституціоналізації ринку власності в Україні

Типи інститутів за соціально-економічною орієнтацією	Регулюючі інститути ринку власності	Інститути обмежень, санкцій та примусу	Інститути розвитку власності
<i>Формальні інститути</i>	<ul style="list-style-type: none"> – колективні договори; – лізингові договори; – договори комерційної франшизи; – індивідуальні проєкти; – галузеві тарифні угоди; – регіональні угоди; – державні програми розвитку 	<ul style="list-style-type: none"> – Трудовий кодекс України; – Адміністративне право України; – Закон України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку»; – Закон України «Про авторське право і суміжні права»; – Цивільний кодекс України 	<ul style="list-style-type: none"> – Закон України «Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукомістких технологій»; – Закон України «Про управління об'єктами державної власності»; – Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій»
<i>Неформальні інститути</i>	<ul style="list-style-type: none"> – неурядові програми науково-технічного розвитку; – правила внутрішнього розпорядку підприємства; – «Кодекс честі»; – норми поведінки; – звичаї, цінності і традиції 	<ul style="list-style-type: none"> – вимоги до дотримання технологічної, трудової дисципліни на дослідних підприємствах; – колективне засудження порушень технологічної дисципліни 	<ul style="list-style-type: none"> – система морального заохочення; – система матеріального заохочення; – соціально-економічний статус новатора, підприємства

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Рейтинг інститутів забезпечення прав власності та довіри до урядових інститутів в окремих країнах світу в 2011 і 2018 рр.

Країна	Якість правових інститутів ¹		Забезпечення прав інтелектуальної власності ¹		Суспільна довіра до урядових інститутів ¹	
	2011 р.	2018 р.	2011 р.	2018 р.	2011 р.	2018 р.
Сінгапур	6,11	6,1	6,1	6,2	6,4	6,4
Швеція	6,06	5,6	6,0	5,8	5,8	5,2
Фінляндія	5,98	6,2	6,2	6,5	5,0	5,8
Данія	5,94	5,5	5,9	5,6	5,4	5,1
Швейцарія	5,78	5,9	6,1	6,6	5,1	5,5
Нідерланди	5,61	5,8	5,8	6,2	5,1	5,6
Канада	5,57	5,4	5,4	5,8	4,4	5,0
Велика Британія	5,34	5,5	5,7	6,2	3,4	4,8
Німеччина	5,27	5,3	5,6	5,7	3,7	5,1
Японія	5,18	5,4	5,3	5,8	3,2	4,5
Франція	5,00	4,8	5,8	5,8	3,7	3,6
США	4,64	5,3	5,0	5,8	3,2	4,8
Китай	4,32	4,4	4,0	4,5	4,2	4,5
Індія	3,84	4,4	3,5	4,4	2,3	4,2
Бразилія	3,72	3,4	3,2	4,2	2,1	1,3
Польща	4,17	3,8	3,7	4,0	2,5	2,3
Грузія	3,97	4,2	2,8	3,7	2,8	2,9
Росія	3,08	3,7	2,5	3,7	2,7	3,4
Казахстан	3,54	4,0	2,6	4,0	3,3	3,8
Латвія	3,87	3,8	3,6	4,1	2,4	2,3
Естонія	4,99	5,0	4,8	5,4	3,9	3,8
Україна	2,98	3,2	2,6	3,3	2,0	2,5

¹ Оцінка за семибальною шкалою

Джерело: складено за [11]

Слід також зазначити, що довіра водночас стоується не лише корпоративного бренда, продуко-ваних товарів/послуг, що надаються, чи людей, які представляють певний суб'єкт господарювання. Довіра має місце у сфері даних та аналітики (D&A). Підтвердженням цьому є факт, що бізнес нині в усьому світі здійснює безпрецедентні інвестиції в нові технології, у їх власність. Маємо змогу спостерігати тенденції масового експериментування та поглинання в різних галузях – від банківського та страхового секторів до сфери телекомунікацій, охорони здоров'я, виробництва та туризму. Організації, які готові до зрушень, до позитивних змін, використовують дані, складну аналітику, робототехніку та штучний інтелект (ШІ) для створення нових цінних пропозицій і бізнес-моделей. Тож для розбудови довіри потрібно активно використовувати аналітичні дані. Головні причини втрати довіри представлено на рис. 1.

Варто зазначити, що в рамках трансформації, використовуючи значні обсяги аналітики, відповідальність за її достовірність та чіткість завжди лежить на плечах керівника. Ідеальна картина збору даних і система предиктивної аналітики прогнозування споживання будується на базі алгоритмів, сформованих за підсумками аналізу поточної ситуації. Питання формування принципів аналізу й є питанням пріоритетів компанії, які будуються на платформі аналізу ситуації та вимог регулятора. Сьогодні найбільший виклик полягає у формуванні цих даних, створенні моделі автоматизованого зняття інформації про стан мереж, передачі цієї інформації до єдиної бази даних та аналітиці всього масиву. Це могло б дати змогу отримувати інформацію про найбільш критичні, такі, що потребують заміни, мережі. Проблема в тому, що інші країни почали цей шлях 13–15 років тому, а в Україні ж для масштабного старту таких програм навіть ще не створені інвестиційні умови,

проте уряд прагне прискорити даний процес. Саме тому так важливо змінити систему інвестування та пріоритети.

Тож у будь-яких людських стосунках одним із бар'єрів може стати відсутність конструктивізму, небажання почути опонента або ж відшукати «здоровий» компроміс. Українці важливо лишатися конструктивними та економічно нейтральними. Зосереджуватися на фактах і аргументах. Максимально прибирати емоції, що могло б посилити довіру. Водночас пріоритетними є об'єктивність та відсутність фаворитизму. Переконані, що безаргументована ділова дискусія та вперте небажання знаходити першопричини можуть зумовлювати вкрай негативні зміни.

Посилюючи роботу в рамках інституту власності та довіри, Україна повільно та все ж рухається шляхом змін. Безумовно, труднощі мають місце. Але так само відчутний і прогрес. Можливість побудувати конструктивний діалог і засновані на довірі відносини власності простежуються. Звісно, цей процес непростий. Але важливо мати чітке розуміння, що це потрібно для успіху легального бізнесу та розвитку країни. Однозначно не має бути подвійної адженди. Якщо уряд дає обіцянки, то має докласти максимум зусиль задля їх дотримання. Однак важливо усвідомлювати, що довіру треба заслужити не красивими обіцянками, хоча без уміння класно говорити теж нікуди. Першочергово – всі мають виконувати обіцяне. Лише так вибудовується репутація, яка з плином часу дає можливість себе капіталізувати та монетизувати.

Висновки з проведеного дослідження. У підсумку варто зазначити, що «інституційне падіння», що характерне для України сьогодні, спричинене невизначеністю й нечіткістю основоположних правил взаємовигідного співжиття суспільства, бізнесу, органів влади на формальному та неформальному рівнях економічної агрегації, низьким

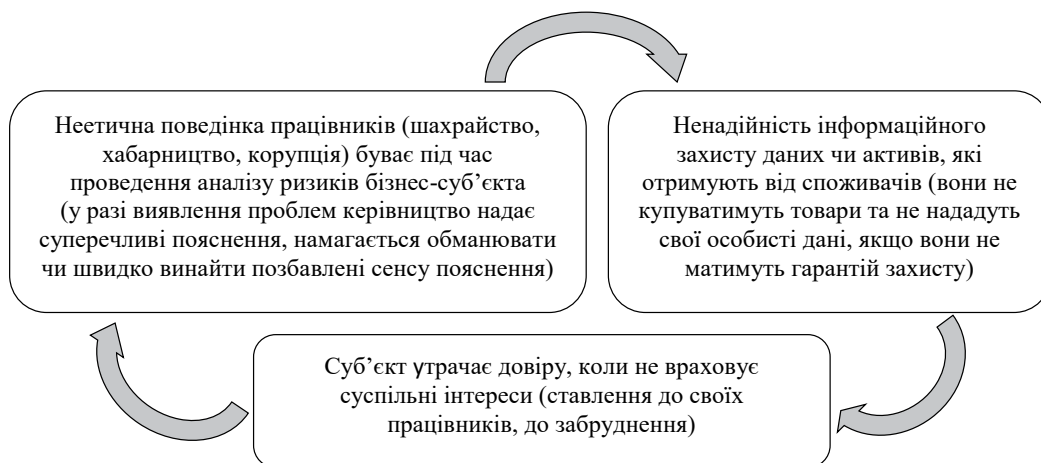


Рис. 1. Головні причини втрати довіри

Джерело: розроблено авторами

рівнем розвитку інститутів власності та довіри. Тому є нагальна потреба в реалізації адекватних для прогресивного світу інструментів змін шляхом економічної модернізації, всеохоплюючого реформування та формування загального ідеального «морального еталону» індивідуума, за яким можна було б вибудувати нові правила й норми. До того ж, як наголошує Д. Норт, слід пам'ятати, що зміни складаються з адаптації гравців до поведінки один одного в рамках правил, норм і примусів, міжособистісної довіри, що разом формують сучасну інституційну систему інноваційно-цифрового типу.

Стабільність системи забезпечують правила, які пов'язані ієрархічними залежностями. Сукупність конкретизованих правил (законодавство), неформальних обмежень та механізмів примусу до їх виконання формують правила нашого співжиття. Неформальні обмеження стійкі до виживання, оскільки саме вони становлять частину повсякденної поведінки індивідуумів. Усі традиції, довіра і соціальні умовності людей визначають стійкість цих обмежень.

Незважаючи на масштабність наявних наукових здобутків, усе ж важливо в майбутньому відпрацювати стратегію щодо реформування інститутів розвитку в частині формування високого рівня довіри, що дасть змогу підняти на новий щабель розвитку інститут власності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Голобородько О.П., Краус Н.М., Краус К.М. Діагностика впливу R&D сектору вищої освіти на інновації підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817> (дата звернення: 05.01.2020).
2. Економіка інтелектуальної власності: науково-методичні матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / за ред. д.е.н., проф. Л.С. Шевченко. Харків : Право, 2015. 120 с.
3. Дзюблюк О. Соціально-економічні засади суспільної довіри до банківського сектору. *Вісник ТНЕУ*. 2016. № 2. С. 54–69.
4. Кудряшов В.П. Современная акционерная капиталистическая собственность: сущность, эволюция, противоречия. Киев ; Одесса : Лыбидь, 1991. 197 с.
5. Леоненко П.М., Краус Н.М. Інституційні засади суспільної довіри до реформування системи управління державними фінансами. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами* : матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Луцьк, 7 грудня 2017 р. Луцьк : ЛНТУ, 2017. Ч. 1. С. 305–308.
6. Манжура О.В., Краус Н.М., Краус К.М. Діагностика впливу досліджень та інноваційних розробок на трансфер технологій в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (дата звернення: 10.03.2020).
7. Мельник В.П. Факторы доверия и недоверия в хозяйствовании. *Научные труды ДонНТУ. Серия «Экономическая»*. 2009. Вып. 37–1. С. 74–75.

8. Нападиста В. Феномен довіри у соціогуманітарному дискурсі сучасної України. *Наукові записки ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2015. Вип. 1(81). С. 207–222.

9. Сен-Симон А. Избранные сочинения. Москва : Соцэкгиз, 1948. Т. 1. 468 с.

10. Краус Н.М. Історія економіки та економічної думки: структурно-логічні схеми, таблиці, малюнки : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 504 с.

11. The Global Competitiveness Report 2011–2012: World Economic Forum. Editor Professor Xavier Sala-i-Martin Columbia University Chief Advisor of the Centre for Global Competitiveness and Performance. Geneva: [s. n.], 2011. 544 p. URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf (date of treatment: 15.01.2020).

12. The Global Competitiveness Report 2017–2018: World Economic Forum. Professor Klaus Schwab, World Economic Forum Editor; Professor Xavier Sala-i-Martin, Columbia University Chief Advisor of The Global Competitiveness. Geneva: [s. n.], 2018. 393 p. URL : http://www3.weforum.org/docs/gcr/2017-2018/Global_Competitiveness_Report_2017-2018.pdf (date of treatment: 14.01.2020).

13. Kraus N.M. Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory. Kyiv : Agrar Media Group, 2019.

REFERENCES:

1. Holoborodko O. P., Kraus N. M., Kraus K. M. (2019) Diahnostyka vplyvu R&D sektora vyshchoi osvity na innovatsiini pidpriemstva v Ukraini [Diagnosis of the impact of higher education R&D on enterprise innovation in Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), vol. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6817> (accessed 05 January 2020).
2. Ekonomika intelektualnoi vlasnosti (2015) [Intellectual property economics]: *naukovo-metodychni materialy dlia pidhotovky doktorantiv, aspirantiv i mahistriv za napriamom "Intelektualna vlasnist"* [scientific and methodological materials for the preparation of doctoral students, postgraduate students and masters in the field of "Intellectual property"]. Kharkiv: Pravo. 120 p.
3. Dziubliuk O. (2016) Sotsialno-ekonomichni zasady suspilnoi doviry do bankivskoho sektoru [Socio-economic principles of public trust in the banking sector]. *TNEU Bulletin*, no. 2. pp. 54–69.
4. Kudryashov V. P. (1991) *Sovremennaya aktsionernaya kapitalisticheskaya sobstvennost: sushchnost, evolyutsiya, protivorechiya* [Modern joint-stock capitalist property: essence, evolution, contradictions]. Kiev-Odessa: Lybid. (in Russian)
5. Leonenko P. M., Kraus N. M. (2017) Instytutsiini zasady suspilnoi doviry do reformuvannya systemy upravlinnia derzhavnymy finansamy [Institutional foundations of public trust in reforming the public financial management system]. Proceedings of the *Aktualni problemy upravlinnia socialno-ekonomichnymy systemamy* (Ukraine, Lutsk, December 7, 2017), Part 1, Lutsk: RVV of Lutsk NTU, pp. 305–308.

6. Manzhura O. V., Kraus N. M., Kraus K. M. (2019) Diahnostyka vplyvu doslidzhenia ta innovaciinykh rozrobok na transfer tekhnologhii v Ukraini [Diagnosis of the impact of research and innovation on technology transfer in Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), vol. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (accessed 10 March 2020).
7. Melnik V. P. (2009) Faktory doveriia i nedoveriya v khozyaystvovanii [Factors of trust and mistrust in managing]. *Scientific works of DonNTU. Series: Economic*, vol. 37-1. pp. 74–75. (in Russian)
8. Napadysta V. (2015) *Fenomen doviru u sotsio-humanitarnomu dyskursi suchasnoi Ukrainy* [The phenomenon of trust in the socio-humanitarian discourse of modern Ukraine]. *Scientific notes. IPIEND by I. F. Kuras NAS of Ukraine*, vol. 1 (81). pp. 207–222.
9. Saint-Simon A. (1948) *Izbrannye sochineniya* [Selected Works]. Moskov: Sotsekgiz. (in Russian)
10. Kraus N. M. (2013) *Istoriia ekonomiky ta ekonomichnoi dumky: strukturno-lohichni skhemy, tablytsi, maliunky* [History of economics and economic thought: structural and logical circuits, tables, and figures manual]. Kiev: Center for Educational Literature. (in Ukraine)
11. The Global Competitiveness Report 2011–2012: World Economic Forum (2011). Geneva: [s. n.]. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf (accessed 15 January 2020).
12. The Global Competitiveness Report 2017–2018: World Economic Forum (2018). Geneva: [s. n.]. Available at: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2017-2018/Global_Competitiveness_Report_2017-2018.pdf (accessed 14 January 2020).
13. Kraus N. M. (2019) Innovatsiina ekonomika v hlobalnomu sviti: instytutsionalnyi bazys formuvannia ta traektorii rozvytku [Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory]. Kyiv: Agrar Media Group. (in Ukrainian)

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

HUMAN CAPITAL AS A FACTOR OF INSTITUTIONAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

УДК 330.14.0

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-3>

Полуяктова О.В.

к.е.н., доцент кафедри політичних наук і права

Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського

Матюк Т.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Polujaktova Olha

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky

Matiuk Tetiana

Odessa I.I. Mechnikov National University

У статті розкрито різні підходи до сутності поняття людського капіталу – від зародження теорії людського капіталу до сьогодні. Наведено особливості людського капіталу, серед яких – необхідність значних і системних вкладень у його розвиток і довготривалий термін віддачі. Зазначено, що, інвестуючи насамперед в освіту, збереження здоров'я та професійну підготовку, можна збільшити і власний людський капітал, і майбутні доходи. У статті людський капітал розглядається як джерело добробуту для будь-якої особистості, держави та суспільства у цілому, як одна з найвищих цінностей, що є запорукою лідерства та конкурентоспроможності. Зазначено, що за теорією людського капіталу доходи людей є закономірним підсумком раніше прийнятих рішень, а рішення, своєю чергою, базуються на рівні освіченості, професійній підготовці, здоров'ї тощо. Тобто рівень доходів індивіда, підприємства та держави в кінцевому підсумку залежить від накопичення та реалізації людського капіталу. У роботі людський капітал аналізується як стратегічний чинник інституціональної трансформації економіки – складного і тривалого процесу, мета якого визначається стратегічними цілями розвитку конкретного суспільства.

Ключові слова: людський капітал, теорія людського капіталу, інституціональна трансформація, стратегічний чинник, конкурентоспроможність, добробут.

В статье раскрыты различные подходы к сущности понятия человеческого капи-

тала – от зарождения теории человеческого капитала до сегодняшнего времени. Приведены особенности человеческого капитала, среди которых – необходимость значительных и системных вложений в его развитие и длительный срок отдачи. Отмечено, что, инвестируя в первую очередь в образование, сохранение здоровья и профессиональную подготовку, можно увеличить и собственный человеческий капитал, и будущие доходы. В статье человеческий капитал рассматривается как источник благосостояния для любой личности, государства и общества в целом, как одна из высших ценностей, что является залогом лидерства и конкурентоспособности. Указано, что по теории человеческого капитала доходы людей являются закономерным итогом ранее принятых решений, а решения, в свою очередь, базируются на уровне образованности, профессиональной подготовке, здоровье и тому подобное. То есть уровень доходов индивида, предприятия и государства в конечном счете зависит от накопления и реализации человеческого капитала. В работе человеческий капитал анализируется как стратегический фактор институциональной трансформации экономики – сложного и длительного процесса, цель которого определяется стратегическими целями развития конкретного общества.

Ключевые слова: человеческий капитал, теория человеческого капитала, институциональная трансформация, стратегический фактор, конкурентоспособность, благополучие.

The article describes different approaches to the essence of the concept of human capital, starting from the emergence of the human capital theory to the present. It is stated that human capital is a capital because it is a source of future income and satisfaction of other needs (social, moral, creative); it is called "human" because it is inseparable from its ruler who is an individual. Most scientists in the human capital, which ensure its formation, development and effective implementation, highlight health, education, knowledge, welfare, standard of living of the population. The features of human capital, including the need for significant and systematic investment in its development and long term payback, are presented. It was noted that investing primarily in education, health and training can increase both human capital and future income. In the article, human capital is seen as a source of welfare for any person, state and society as a whole, as one of the highest values that is the key to leadership and competitiveness. At the same time, it is noted that the efficiency of realization of human capital is determined by its specificity, namely: inseparability from its carrier, i.e. the human; self-reproduction and reproductive capacity (stock of human abilities, knowledge, skills and motivations). Human capital acts as a basic innovation source and resource for modernizing the economy. The authors emphasize that only under conditions of self-growth of professional knowledge of a person together with the possibility of creative work human abilities can be transformed into capital. The article states that, according to the theory of human capital, people's income is an expected result of previously made decisions, and the decisions, in turn, are based on the level of education, training, health, etc. In other words, the level of income of an individual, an enterprise and a state depends on the accumulation and realization of human capital. In the work, human capital is analyzed as a strategic factor in the institutional transformation of the economy, a complex and long-lasting process the purpose of which is determined by the strategic goals of development of a particular society.

Key words: human capital, human capital theory, institutional transformation, strategic factor, competitiveness, welfare.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві завдяки формуванню та розвитку постіндустріальної економіки, зростанню ролі інформації і знань у виробничих процесах людський капітал, будучи ключовим чинником розвитку, все частіше виступає основою успішної діяльності, визначаючи конкурентоспроможність особистості, організації та держави.

Поняття «людський капітал» нині набуває великого значення не лише для економістів, а й для окремих особистостей, підприємств та держав у цілому. На всіх рівнях різко зростає інтерес

до розвитку та шляхів реалізації людських творчих здібностей. Як наслідок, вивчення особливостей людського капіталу є не просто актуальним, а висувається в розряд першочергових завдань на шляху до інституціональних трансформацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У витоках теорії людського капіталу стояли Д. Рікардо, К. Маркс, Дж. Міль, У. Петті, А. Сміт, А. Маршалл. Вагоме досягнення економічної науки другої половини та кінця ХХ ст. – формування теорії людського капіталу, заснованими якої були Т. Шульц і Г. Беккер. Сучасні наукові

дослідження у сфері людського капіталу пов'язані з такими іменами зарубіжних науковців, як М. Блауг, Е. Денісон, Дж. Кендрік, Дж. Мінцер, С.О. Дятлов, Р.І. Капелюшніков, Б. Чизвик тощо. Вагомий внесок у розвиток теорії людського капіталу зробили й вітчизняні вчені, а саме: О.М. Бородіна, В.М. Геєць, Н.В. Голікова, О.А. Грішнова, В.І. Куценко, А. Амоша, В. Антонюк, Д. Богиня, О. Грішнова, О. Іляш, Г. Задорожній, О. Кендюхов, Е. Лібанова, В. Мандибур, О. Стефанишин, А. Чухно та багато інших.

Постановка завдання. Мета даної роботи – розкрити різні підходи до сутності поняття людського капіталу, показати особливості людського капіталу та розглянути людський капітал як стратегічний чинник інституціональної трансформації економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах інституціональних трансформацій економіки якості та потенціал людського капіталу як найважливішого економічного чинника розвитку набуває ключового значення для добробуту й якості життя суспільства, розвитку економіки держави та міжнародної взаємодії у цілому.

Більшість учених-економістів зазвичай під капіталом розуміє як матеріальні, так і нематеріальні активи підприємства, регіону чи держави у цілому, що формують і визначають їх цінність. У своїх дослідженнях К. Маркс виходив із припущення, що рух капіталу завжди починається з грошей, хоча гроші, власне, не є капіталом: «Кожен новий капітал під час своєї першої появи на сцені, тобто на товарному ринку, ринку праці чи на грошовому ринку, незмінно з'являється у вигляді грошей – грошей, які шляхом певних процесів повинні перетворитися на капітал» [1]. Отже, будь-які активи набувають ознак капіталу внаслідок їх використання для примноження додаткових активів, а капітал – власність, що приносить його власнику додаткову вартість і є результатом найманої праці.

Виділяють природний, фінансовий, матеріальний та людський капітал, що формується самою людиною завдяки рівню її вроджених фізичних та інтелектуальних здібностей, освіти, знань, кваліфікації, досвіду, які є підставою для його накопичення і розвитку, котрий може бути джерелом отримання доходу у майбутньому. Отже, людський капітал набуває ознак капіталу, оскільки він є основою доходів у майбутньому і задоволення інших потреб (соціальних, моральних, творчих); людським його називають тому, що він є невіддільним від свого володаря яким є окрема людина. Більшість учених у складі людського капіталу, що забезпечують його формування, ефективний розвиток та реалізацію, виділяє здоров'я, рівень освіти, знань, добробут, рівень життя населення.

Засновником теорії людського капіталу вважають Т. Шульца, який, проаналізувавши взаємозв'язок

між рівнем освіти та здатністю використовувати інформацію й технології у цілях економічного розвитку, довів, що поліпшення добробуту людей залежить, головним чином, від знань, якими вони володіють. Таким чином, сьогодні під людським капіталом розуміють накопичений людиною (суспільством) певний обсяг знань, здоров'я, навичок, здібностей, що цілеспрямовано використовуються в якійсь сфері економічної діяльності, завдяки чому підвищує доходи свого власника (якщо йдеться про конкретну особистість), прибутки підприємства (у разі коли людський капітал розглядають на рівні підприємства), національний дохід [2].

Проте на початку зародження теорії людського капіталу під ним розуміли тільки обсяг інвестицій у саму людину, що збільшує її здатність до праці, рівень освіти та професійні навички [3, с. 59]. Для детального дослідження сутності і змісту поняття «людський капітал», визначення його особливостей та важливості в розвитку економіки держави проведемо аналіз категорії різними вченими (табл. 1)

Аналіз свідчить, що від появи й дотепер сутність економічної категорії «людський капітал» істотно розширилася. Таким чином, теорія людського капіталу досліджує, як саме доходи як окремого працівника, так підприємства та держави у цілому залежать від знань, навичок і природних здібностей людей. За теорією людського капіталу доходи людей є закономірним підсумком раніше прийнятих рішень, а рішення, своєю чергою, базуються на рівні освіченості, професійній підготовці, здоров'ї тощо. Отже, інвестуючи у вищезазначене, можна збільшити і власний людський капітал, і майбутні доходи.

Доведено, що ефективність реалізації людського капіталу зумовлюється його специфічністю. Людський капітал як специфічна форма капіталу має певні особливості, а саме: невіддільний від його носія – людської особистості; самовідтворювальна і репродуктивна категорія; виступає як базове інноваційне джерело і ресурс модернізації економіки; тільки за умов самозростання професійних знань людини разом із можливістю творчої праці перетворюється на капітал [9, с. 25–26].

Такі особливості людського капіталу визначаються необхідністю значних і системних вкладень у його формування і довготривалим терміном віддачі вкладень. Людський капітал просто неможливо суттєво змінити в короткий проміжок часу, адже його розвиток зумовлений культурою, соціальним середовищем, природно-географічними та історичними умовами. Інвестиції у високотехнологічну економіку можуть дати результати лише за високого рівня інтелектуальної культури. Саме тому побудова стратегії розвитку сучасної країни має базуватися, насамперед, на цілях формування, розвитку, відтворення, збереження та використання людського капіталу. Людський капітал є джерелом добробуту

Сутність поняття «людський капітал»

Визначення поняття «людський капітал»	Автори
Людський капітал – це продуктивний чинник, головний двигун і фундамент індустріальної, постіндустріальної економіки та інноваційної інформаційної економіки. Основні результати інвестицій у людину – накопичення здібностей людей до праці, їх ефективна творча діяльність у суспільстві, підтримання здоров'я [4, с. 39].	Т. Шульц
Людський капітал – це сукупність навичок, знань й умінь людини. Як інвестиції вчений вбачав переважно витрати на освіту та навчання [5, с. 127].	Г. Беккер
Людський капітал – це сукупність інвестованих суспільно доцільних виробничих і загальнолюдських навичок, знань, здібностей, якими володіє людина, які їй належать, є невіддільним від неї та практично використовуються у повсякденному житті [6, с. 51].	О. Бородіна
Людський капітал – це накопичені інвестиції в освіту і навчання людей у процесі роботи [7, с. 248].	Г. Менк'ю
Людський капітал – це природжені здібності і талант людини, а також її освіта та набута кваліфікація [8, с. 303].	С. Фішер

Джерело: складено авторами за [4–8]

для будь-якої особистості, держави та суспільства, однією з найвищих цінностей, запорукою лідерства та конкурентоспроможності [10].

Свідченням цього є той факт, що основна частина людського капіталу сьогодні зосереджена в найрозвинутіших країнах світу. Так, згідно з опублікованою Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) новітнього рейтингу 189 країн і територій за Індексом людського розвитку (ІЛР), можна стверджувати, що лідирують Норвегія, Швейцарія, Австралія, Ірландія і Німеччина [11]. Досвід цих країн свідчить, що людський капітал залежить від особливостей якості та безпеки життя населення, якості й результативності системи освіти, досягнень науки і техніки, правового забезпечення ринкової економіки, розвитку інновацій, рівня культури. Держави з найвищим рівнем розвитку людського потенціалу мають сьогодні незаперечні переваги як у формуванні постіндустріального суспільства, громадянського суспільства та економіки знань, так і у створенні надійних умов для зростання якості самого життя. Людський капітал разом із природним, фізичним та фінансовим формують фундамент національного багатства будь-якої сучасної країни. Разом із цим якість, структура і динаміка людського капіталу базуються на розвитку культури та цивілізації тих чи інших народів і держав [10].

Розвиток економіки України вимагає нових підходів до поняття «людський капітал» і переоцінки його ролі саме в трансформаційних процесах.

Аналіз економічних досліджень науковців найрозвинутіших країн та трансформаційні процеси в суспільстві зумовлюють необхідність проведення повного інституційного аналізу трудових ресурсів у всіх сферах, що формують основу людського капіталу. Історія розвитку найрозвинутіших країн світу свідчить, що саме накопичення знань забезпечує відтворення матеріального багатства.

Інституціональна трансформація – дуже складний і тривалий процес, метою якого є стратегічні

цілі розвитку суспільства. Слід зазначити, що формування інституціональної системи відбувається у двох напрямках. Перший – це реформи, що проводить влада, в основі яких лежать розроблення та впровадження формальних правил. Другий – традиції та звичаї, що є інституціональною основою традиційних відносин, які ґрунтуються на системі цінностей і мотивації діяльності індивідів. Серед найголовніших умов процесу інституціональних трансформацій виділяють забезпечення стабільності та системності [2].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проаналізувавши існуючі підходи до категорії, можна стверджувати, що людський капітал – це один із найважливіших складників сучасного продуктивного капіталу, що представлена значним запасом знань, здібностей, визначених інтелектуальним і творчим потенціалом.

Таким чином, у сучасних трансформаційних умовах людський капітал є головною цінністю суспільства і визначальним чинником інституціональних перетворень. Ключовою особливістю формування людського капіталу є необхідність значних витрат як із боку окремого індивіда, так і з боку всього суспільства.

Людський капітал у вигляді навиків і здібностей є певним запасом, тобто може бути накопичуваним, може фізично зношуватися, економічно змінювати свою вартість і амортизуватися. Недооцінка ролі людського капіталу під час інституціональних змін стане серйозною перепоною на шляху переходу економіки України на шлях інноваційного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Marks, K. Capital. M., Polytyzdat. 1978. 907 p.
2. Коляденко Д.Л. Людський капітал – фактор інституціональної трансформації в АПК. Ефективна економіка. 2017. № 5. С. 62–67.
3. Павленко Т.Ю. Формування і розвиток людського капіталу та його роль у підвищенні економіки

України. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2014. № 3. С. 57–65.

4. Shultz T.W. Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. N.Y., 1968. 384 p.

5. Becker G. Human Capital. N.Y. : Columbia University Press. 1964. 539 p.

6. Бородіна О.М. Людський капітал як основне джерело економічного зростання. Економіка України. 2003. № 7. С. 48–53.

7. Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс / пер. с англ. ; 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 642 с.

8. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Москва : Дело ЛТД, 1995. 864 с.

9. Артеменко Л.Б. Людський капітал: наукові підходи та стан формування в Україні. Галицький економічний вісник. 2016. Т. 50. № 1. С. 22–31.

10. Гинда С.М., Гинда О.М. Людський капітал: сутність, особливості аналізування та оцінювання. Економіка і суспільство. 2007. № 12. С. 73–78.

11. Human Development Reports. Available at: Accessed 25 November 2018. URL : <http://hdr.undp.org/en/2018-update> (дата звернення: 10.01.2020).

REFERENCES:

1. Marks, K. (1978), Capital. [Capital]M., Polytzdat, 907 p.

2. Koliadenko D. L. (2017) Liudskyi kapital – faktor instytutsionalnoi transformatsii v APK. [Human capital is a factor in institutional transformation in the agro-industrial complex] Efektyvna ekonomika vol. 5.

3. Pavlenko T. Yu. (2014) Formuvannia i rozvytok liudskoho kapitalu ta yoho rol u pidvyshchenni ekonomiky Ukrainy. [Formation and development of human capital and its role in raising the economy of Ukraine] Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi. no. 3. pp. 57–65.

4. Shultz T. W. (1968) Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. N.Y., pp. 384.

5. Becker G. (1964) Human Capital. G. Becker, S. Gary. N.Y. : Columbia University Press, pp. 539.

6. Borodina O. M. (2003) Liudskyi kapital yak osnovne dzhерelo ekonomichnoho zrostannia. [Human capital as the main source of economic growth] Ekonomika Ukrainy. no. 7. pp. 48–53.

7. Мэнкью Н. Н. (2003). Pryntsyry ekonomyky [Principles of Economics]. N.H. Menkiu ; 2-e yzd. ; per. s anhl. SPb. : Pyter, pp. 642.

8. Fysher S. Ekonomyka [Economy] (1995) S. Fysher, R. Dornbush, R. Shmalenzy. M. : Delo LTD/ pp. 864.

9. Artemenko L. B. (2016) Liudskyi kapital: naukovy pidkhody ta stan formuvannia v Ukraini. [Human capital: scientific approaches and state of formation in Ukraine] Halytskyi ekonomichnyi visnyk, vol. 50, no. 1. pp. 22-31.

10. Hynda S.M., Hynda O.M. (2007) Liudskyi kapital: sutnist, osoblyvosti analizuvannia ta otsiniuvannia [Human capital: nature, features of analysis and evaluation] Ekonomika i suspilstvo, no. 12, pp. 73 – 78.

11. Human Development Reports (2018) Available at: <http://hdr.undp.org/en/2018-update> (accessed 10 January 2020)

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

КРАЇНОЗНАВЧЕ БАЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

CROSS-CULTURAL VISION OF INTERNATIONAL TRANSPORTATION IN INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH

У статті досліджено концепції дистрибуції в автомобільних холдингах та схеми їх розподілу на автомобільному ринку. У результаті проведених досліджень запропоновано визначити рівень впливу чинників на ефективність маркетингової діяльності підприємства, використовуючи метод бальних оцінок. Оскільки концепції дистрибуції автомобілів є застарілими, то виникає необхідність трансформувати нові канали розподілу. Сьогодні автовиробникам необхідно починати модернізувати класичні дилерські салони, оснащуючи їх останніми технологіями. У сучасних умовах господарювання необхідно змінювати структуру продажів (канали розподілу). Наприклад, застосовувати нові канали дистрибуції: вебдилера, універсальні автомагазини і супермаркети, тест-драйв-центри та дилерів із домашніх візитів. Це дасть змогу більш активно здійснювати продаж за цільовими сегментами, допоможе спеціалізованим дилерам фокусуватися на клієнтах.

Ключові слова: міжнародні транспортні операції, країнознавче бачення, міжнародне перевезення, ринок міжнародних транспортних послуг.

В статье исследованы концепции дистрибуции в автомобильных холдингах и

схемы распределения на автомобильном рынке. В результате проведенных исследований предложено определять уровень влияния факторов на эффективность маркетинговой деятельности предприятия, используя метод балльных оценок. Поскольку концепция дистрибуции автомобилей устарела, то возникла необходимость трансформировать новые каналы распределения. Сегодня автопроизводителям необходимо начинать модернизировать классические дилерские салоны, оснащая их по последним технологиям. В современных условиях хозяйствования необходимо менять структуру продаж (каналы распределения). Например, применять новые каналы дистрибуции: веб-дилера, универсальные автомагазины и супермаркеты, тест-драйв-центры и дилеров по домашним визитам. Это позволит более активно осуществлять продажу по целевым сегментам, поможет специализированным дилерам фокусироваться на клиентах.

Ключевые слова: международные транспортные операции, межкультурное видение, международные перевозки, международный рынок транспортных услуг.

УДК 339.658; 303

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-4>

Боярчук А.І.

к.е.н., доцент

Херсонський національний технічний університет

Boiarchuk Alyona

Kherson National Technical University

In the article conceptions of distribution in the automobile holding and schemes of distribution are investigational at the automobile market. It is set that is efficiency of marketing activity of enterprise that carries on foreign economic activity. As a result of the research, it was proposed to determine the level of influence of factors on the effectiveness of the marketing activity of an enterprise using the method of numerical scores. The theoretical and methodological basis are general scientific methods, such as systems analysis, synthesis, induction, deduction, abstraction, and special scientific methods. The environment in which the entity operates is dynamically changing, especially in the automotive market, where producers work in the conditions of hyper competition. As became conception of distribution of cars (a producer produces cars and sells them or through an own distributive network or through an independent distributor) antiquated, then there was a necessity to transform the new channels of distribution. Today car manufacturers must begin to modernize classic dealer salons, equipping to their last technologies. In the modern terms of management it is necessary to change the structure of sales (channels of distribution). For example, to apply the new channels of distribution: web-dealer, universal auto shops and supermarkets, test-drive centers and dealer on home visits. It will allow more actively to carry out a sale on having a special purpose segments, will help the specialized dealers to focus on clients. Practice shows that the main problem of automakers today is that the market varies greatly with the development of technology and changing consumer tastes. The last trends, exercising great influence on marketing management of enterprises in the global car market have been researched and found in the article, but they, in essence, are universal and common to all industries. Development of practical recommendations on the increase of efficiency of marketing activity of the automobile holding on leaving to the foreign markets. Prospects for further research are in development of methodical and reasonable approach for the development of marketing in terms of new trends in the market of automobiles.

Key words: international transport operations, international transport services market, passenger turnover and cargo turnover.

Постановка проблеми. Пошук і використання альтернативних напрямів управління в зовнішньоекономічній діяльності будь-якого підприємства допоможе швидко підвищити конкурентоспроможність продукції (товарів) на ринку, відповідно, збільшити частку ринку та розширити межі цільових сегментів, сформувати позитивний імідж підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою управління та розроблення заходів щодо підвищення ефективності маркетингової

діяльності автомобільних холдингові намагалися досліджувати чимало науковців: Т. Балановська, О. Гоголя [1], Л. Пан, О. Абрамович [2], Т. Амблер [3], О. Похильченко, Є. Крикавський [4], Н. Чухрай, І. Млинко [5], Є. Музичка [6].

Постановка завдання. Аналіз більшості наукових праць із проблеми підняття ефективності маркетингової діяльності підприємства визначив, що незначна кількість науковців досліджувала комплексний підхід до визначення шляхів виходу автохолдингові на зовнішні ринки, який би

враховував територіальну специфіку дистрибуції. Тому мета статті полягає у розробленні практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності автомобільних холдингів під час виходу на зовнішні ринки з урахування країнознавчої специфіки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Із розвитком комп'ютерних технологій зростає вплив міжмережі на розвиток автомобільного ринку. Чимало покупців і продавців використовують міжмережі для купівлі-продажу вживаних автомобілів. Торгівля новими автомобілями через міжмережі поки що незначна навіть у розвинених країнах [7, с. 61].

Ще з появою перших автомобільних виробників була сформована концепція дистрибуції автомобілів, яку започаткував Генрі Форд і яка фактично залишилася незмінною у світі з 30-х років минулого століття [8, с. 49]. Так, виробник виробляє автомобілі та продає їх або через власну дистриб'юторську мережу, або через незалежного дистриб'ютора, який, своєю чергою, продає автомобіль кінцевому споживачу через систему власних або незалежних автосалонів-дилерів.

Із роками ця система дещо трансформувалася, і в мережі міжнародної дистрибуції з'явилися нові канали розподілу, що, своєю чергою, полегшує співпрацю з різними регіонами світу: центри тест-драйву, автомобільні моли, Інтернет-магазини, супермаркети, мобільні магазини, домашні візити та брокери.

Дистриб'юторська мережа формується на підґрунті ексклюзивності прав імпортера мінімум на одну країну, а дилерська – на не ексклюзивних умовах із метою створення в кожному регіоні «здорової» конкуренції, де повинно бути мінімум два

дилера на регіон. Максимальна кількість дилерів повинна бути виважено розрахована виходячи з кількості населення, його доходів та моторизації регіону [9, с. 37].

Дистриб'ютор-імпортер – це посередник між автовиробником та автосалоном, який здійснює імпорт автомобілів та запчастин, генерує маркетингову політику, у тому числі дистрибуції, та забезпечує післяпродажний сервіс автомобілів. Імпортер може бути власністю виробника. Дилер-автосалон – це посередник між дистриб'ютором та кінцевим покупцем. Може бути незалежною компанією або належати виробнику чи імпортеру.

Кінцевим споживачем можуть бути фізична особа, юридична особа, підприємства, які здають в оренду автомобілі. Класичну схему розподілу на автомобільному ринку наведено на рис. 1.

Деякі автовиробники вже почали змінювати систему розподілу та вдосконалювати свої роздрібні концепції, такі як автомобільні бутики для розкішних автомобілів (Tesla Stores, Audi City Cyberstores, BMW i Stores, Mercedes-Benz Visionary Stores). Також створюються онлайн-платформи з продажу автомобілів, такі як інтерактивний клієнтський центр BMW чи Mercedes-Benz connect me stores [9, с. 37].

Водночас автовиробники активно модернізують класичні дилерські салони, обладнуючи їх останніми технологіями: 3D-конфігураторами, відео-табло, тест-драйв трасами та дають змогу дилерам бути багатобрендовими [10]. Це уможливорює гнучко використовувати диверсифікацією в міжнародній торгівлі. Також технічні консультанти швидко надають технічну інформацію клієнтам за допомогою Інтернет-платформ та розробок для планшетів та смартфонів. Audi, наприклад, нещодавно відкрила Audi City Cyberstores, де

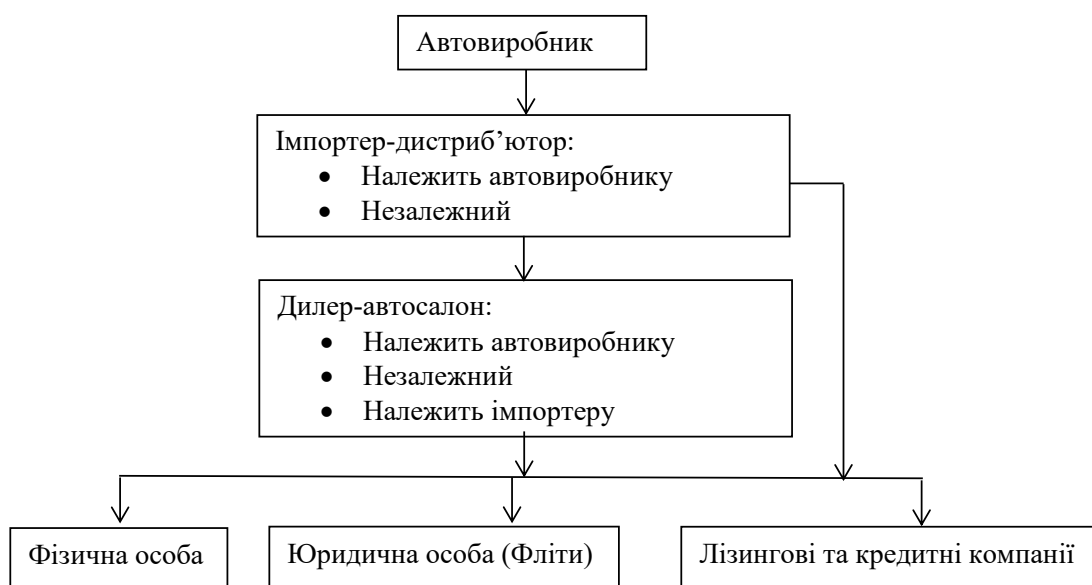


Рис. 1. Класична схема розподілу на автомобільному ринку

Джерело: складено за [9, с. 37]

використовуються багатофункціональні табло та тач-пади для конфігурації моделей та їх презентацій і зони відпочинку (лаунж-зони) для консультацій. Проте досі жоден з автовиробників не трансформував класичну схему дилерського центру [9, с. 37]. Пропонуємо вдосконалити систему розподілу автомобілів так (рис. 2).

Краще в нових умовах змінити структуру продажу, де крім класичного монобрендового дилера (продажі відбуваються методом pull, коли клієнт уже прийняв рішення і купує вибраний бренд), дистриб'ютор повинен розвивати й інші канали: вебдилера, універсальні автомагазини, супермаркети, тест-драйв-центри та дилерів із домашніх візитів. Це дасть змогу більш активно здійснювати продаж за цільовими сегментами та сфокусуватися на клієнтах [9, с. 38].

Юридичні особи та лізингові/кредитні компанії мають обслуговуватися та купувати автомобілі безпосередньо від імпортера, оскільки це потребує багато часових та фінансових затрат, наявності ефективних кредитних програм, гнучкої ціни та технічно інформованого персоналу [11, с. 183].

Міжмережевий дилер – ексклюзивний продавець автомобілів через Інтернет із його окремою дилерською сіткою. Різносторонні автомоли – автосалони, які продають безліч брендів під одним дахом та не концентруються над просуванням лише одного бренду. Клієнт самостійно вибирає

автомобіль із безлічі [9, с. 38]. Тест-драйв-центри – спеціалізовані центри з трасами та місцями, де можливо спробувати автомобіль у їзді та переконатися в його характеристиках. Такі центри мають спеціалізовані траси для позашляховиків та спортивних автомобілів, адресують автомобіль для короткотермінового використання клієнтам в їх повсякденному житті. Ці центри мають можливість продавати автомобілі [12]. Дилер із домашнього візиту – спеціалізована компанія, яка працює за типом мережевого маркетингу, центральним інструментом продажу якої є безпосередні зустрічі з клієнтом у нього вдома або в іншому місці для презентації автомобіля. Дуже важливий інструмент для продажу люксових автомобілів, оскільки необхідний індивідуальний підхід.

Проте значним недоліком нових каналів є відсутність сервісу та продажу запчастин; це можливо вирішити автовиробнику, представляючи гарантійне та сервісне обслуговування на потужностях монобрендового дилера, надаючи останньому компенсацію [9, с. 38]. І все ж таки тільки таких пропозицій на автомобільному ринку недостатньо в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Конкуренція виражається в перевагах компанії чи продуктів перед подібними компаніями на ринку [13]. Тому автомобільним дилерам необхідно розвивати й інші напрями дистрибуції для отримання максимального прибутку

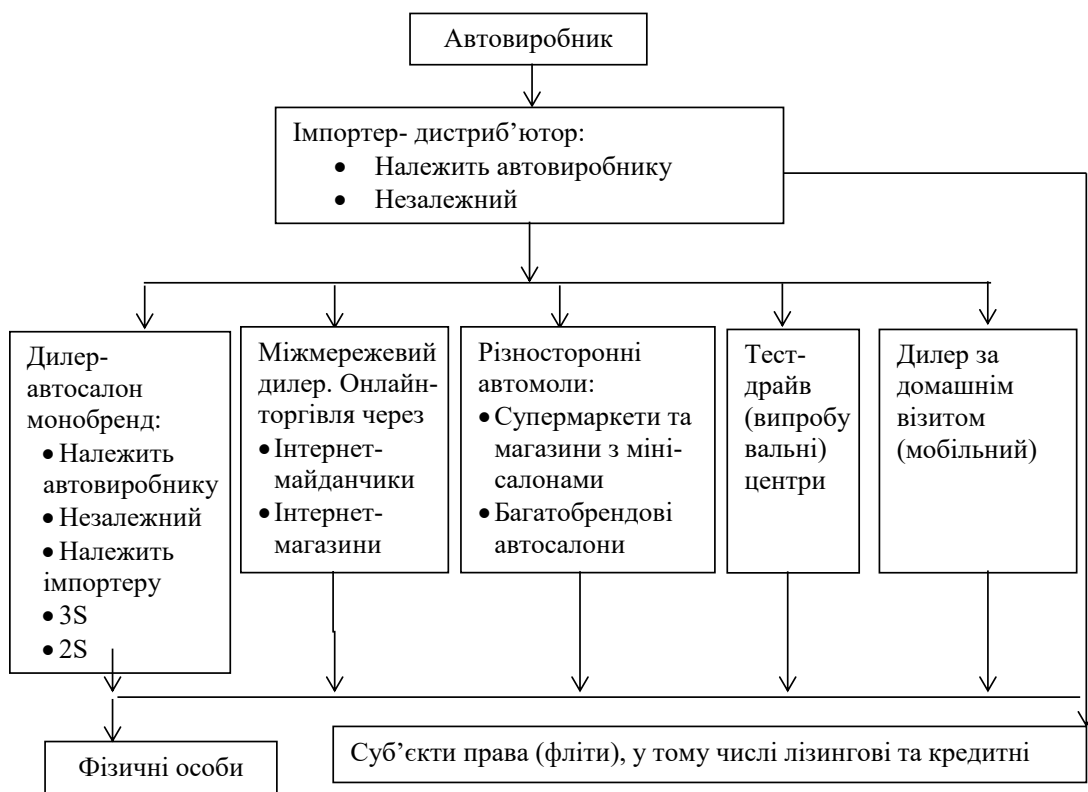


Рис. 2. Удосконалена схема дистрибуції на глобальному ринку автомобілів

Джерело: доопрацьовано на основі [9, с. 38]

(ефективності продажу) та задоволення потреби всіх цільових сегментів [14] (табл. 1).

Вихід підприємства на зовнішній ринок, де панує жорстка міжнародна конкуренція, можливий лише за умови використання сучасних методів управління. Для того щоб досягнути успіху і значного економічного прибутку в боротьбі за місце на міжнародному ринку, необхідно використовувати можливості маркетингу [15, с. 103]. Принципових відмінностей між маркетингом для внутрішнього та зовнішнього ринків немає. І в першому, і в другому випадку використовуються різноманітні методи, засоби, заходи та принципи маркетингової діяльності. Міжнародний маркетинг – це систематична,

планомірна та активна обробка міжнародних ринків на різних етапах руху товарів до покупця, яка має враховувати особливості окремих закордонних ринків [16, с. 148].

За результатами досліджень Ф. Котлера, ефективність маркетингової діяльності можна оцінювати, використовуючи співвідношення багатьох показників: від суми обігу і кількості клієнтів до витрат на рекламу та прибуток компанії [17]. Ефективність маркетингової діяльності можна визначати для однієї торгової марки або для окремого товару. Найкраще використовувати етапність визначення ефективності маркетингової діяльності, яку наведено на рис. 3.

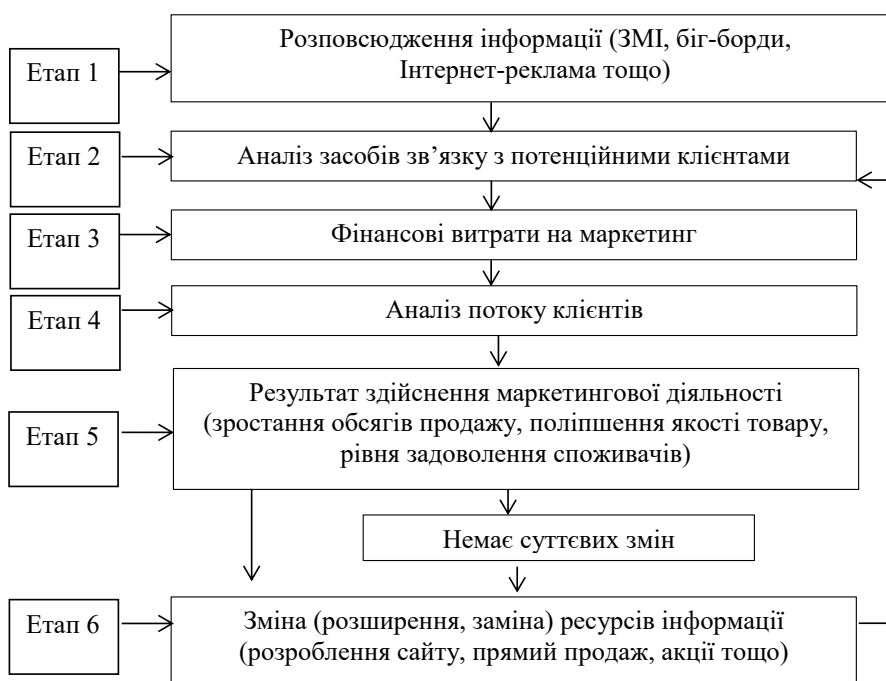


Рис. 3. Етапність визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства

Джерело: складено за [18, с. 22]

Таблиця 1

Напрями дистрибуції з урахуванням країнознавчої специфіки, які необхідні в конкурентній боротьбі

Продаж нових автомобілів	Продаж автомобілів, які були у використанні	Лізинг, прокат, страхування та кредитування	Післяпродажне обслуговування
<ul style="list-style-type: none"> – найкраща локація автосалону; – організація майданчиків для тест-драйву; – активне інформаційне забезпечення та Інтернет-продажі; – високий рівень лояльності торгових мереж і мережевих клієнтів; – професійні продавці 	<ul style="list-style-type: none"> – розміщення за межами міста, бо необхідні великі відкриті майданчики для показу великого асортименту автомобілів; – низькозатратний доступ до дешевших закупок; – правильна побудова ціни на основі майбутніх затрат та некондиції 	<ul style="list-style-type: none"> – детальна оцінка автомобілів та ризиків; – прямі продажі страховок; – за лізингу та прокату – швидкий продаж б/у автомобілів до їх повної амортизації; – надання найкращих кредитних умов 	<ul style="list-style-type: none"> – найкраща локація; – диференціація цін для гарантійних та старих авто; – 24-годинна праця; – оптові та роздрібні продажі запчастин; – широкий асортимент запчастин; – максимальні прибутки на незамінних запчастинах; – швидка доставка запчастин; – класичний автомагазин

Джерело: складено за [9, с. 39]

Рівень впливу чинників на маркетингову діяльність

Показники	Бали					
	5	4	3	2	1	0
Ціна товару	+					
Кадрова діяльність		+				
Обсяги продажу				+		
Маркетингові дослідження	+					
Фінансове забезпечення	+					
Рівень задоволення споживачів			+			
Якість товару**		+				
Маркетингові комунікації		+				

*5 – максимальний рівень впливу, 0 – мінімальний рівень впливу;

** перелік можна доповнити різними чинниками, які впливають на маркетингову діяльність конкретного підприємства, приміром прямиї продаж, реклама тощо

Джерело: складено за [18, с. 24]

Прибутковість як показник ефективності маркетингової діяльності розглядається у розрізі ефективності маркетингових заходів як загалом за підприємством, так і за певними елементами чи параметрами (наприклад, за географічними регіонами збуту продукції, видами покупців, методами збуту, розмірами та характером замовлення тощо). Також критерій ефективності маркетингової діяльності можна дослідити за допомогою таких коефіцієнтів, як: прибуток на одиницю продукції, який визначають, віднімаючи від ціни одиниці продукції суму собівартості такої одиниці з урахуванням частки постійних витрат; маржинальний прибуток, що визначається діленням валового прибутку на ціну одиниці продукції; коефіцієнт прибутковості, за допомогою якого відображають частку прибутку у відсотках у ціні за одиницю випущеної та реалізованої продукції [19, с. 292].

Доцільно здійснювати моніторинг маркетингових показників, які, на нашу думку, повинні складатися з аналізу сукупності показників внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища, результатів ринкових досліджень. На основі цих показників можна виявити відхилення від плану, проаналізувати динаміку змін, що в подальшому допоможе визначити рівень ефективності маркетингової діяльності [20, с. 35]. Сучасна система оцінювання ефективності маркетингової діяльності повинна також урахувати й можливості розповсюдження інформації через Інтернет, що є незамінним інструментом для отримання «свіжої» маркетингової інформації [1, с. 307].

Визначити рівень впливу чинників на ефективність маркетингової діяльності підприємства можна за допомогою методу бальних оцінок (табл. 2).

На основі проведених досліджень для визначення ефективності маркетингу найкраще використати формулу:

$$EM_j = \sum a_j = a_1 + a_2 + a_3 + \dots + a_n \quad (1)$$

де EM_j – ефективність маркетингу;

a – назва показника;

j – ваговий коефіцієнт показника.

Зазначимо, що визначення рівня ефективності маркетингу за цією формулою є актуальним на короткостроковий період. Цей підхід ґрунтується на експертному оцінюванні виконання на підприємстві таких функцій, як рівень використання маркетингових комунікацій підприємством, рівень задоволеності споживача товаром, активність маркетингових досліджень, зростання (спадання) обсягу продажу, ціна товару тощо. Практично оцінюють рівень виконання цих функцій маркетингу експерти, якими можуть бути фахівці служби маркетингу підприємства [18, с. 24].

Висновки з проведеного дослідження.

Значна кількість міжнародних торговельних операцій проводиться, спираючись на маркетингову діяльність, тому під час виходу підприємства на зовнішній ринок слід багато уваги приділяти розробленню маркетингової політики, адже відсутність комплексу маркетингу або його недоліки можуть призвести не тільки до значних збитків, підвищення зовнішніх ризиків, а й до повного провалу реалізації продукції на зовнішній ринок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балановська Т.І., Гоголя О.П. Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип. 154. Ч. 1. С. 368–373.
2. Пан Л.В., Абрамович О.К. Комплекс маркетингу та його роль в умовах комунікаційної ери маркетингу. *Економіка Крима*. 2008. № 25. С. 33–36.
3. Амблер Т. Маркетинг и финансовый результат. Новые показатели и богатство корпорации. Москва : Финансы и статистика, 2003. 246 с.
4. Крикавський Є.В., Похильченко О.А. Ефективність і результативність в управлінні ланцюгами поставок. *Логістика: проблеми і рішення*. 2017. № 1. С. 16–21.

5. Чухрай Н.І., Млинко І.Б. Оцінювання результативності та ефективності маркетингу промислового підприємства у ланцюгу поставок. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 24–34.

6. Музичка Є.О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 11–12(2). С. 64–67.

7. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2015. № 5–6. С. 60–67. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2015_5-6_8 (дата звернення: 16.12.2019).

8. Магретта Д. Ключевые идеи Майкла Портера: руководство по разработке стратегии / пер. с англ. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 272 с.

9. Удосконалення системи продажу автомобілів на глобальному ринку. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 5(5). С. 36–40. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_5%285%29__8 (дата звернення: 17.12.2019).

10. Иванов В.В. Автомобильный менеджмент. Москва : ИНФРА-М, 2007. 430 с.

11. Ладуба Т.Ю. Інтернаціоналізація автомобільної промисловості в умовах зростання національних економік. *Міжнародна економічна політика*. 2010. № 12(12–13). С. 184–209.

12. Рифяк Р.Р. Світовий та вітчизняний ринки автомобілів: порівняльний аналіз. URL : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=70473> (дата звернення: 17.12.2019).

13. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. Москва : Междунар. отношения, 1993. 896 с.

14. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию / пер. с англ. Москва : Олимп Бизнес, 2004. 416 с.

15. Крамаренко В.І. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2005. 257 с.

16. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2002. 172 с.

17. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. Санкт-Петербург : Нева, 2003. 224 с.

18. Визначення рівня ефективності маркетингової діяльності на короткостроковий період. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. *Логістика*. 2016. № 846. С. 21–24. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2016_846_6 (дата звернення: 16.12.2019).

19. Чала Ю.В. Оцінка ефективності маркетингової діяльності. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/prbbsu_2014_38_30 (дата звернення: 15.12.2019).

20. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Київ : Студцентр, 2012. 220 с.

marketynhu [Marketing complex and its role in the conditions of the communication era of marketing]. *Economy of Crimea*, no. 25, pp. 33-36.

3. Ambler, T. (2003) Marketynh i finansovy rezultat. Novye pokazately i bohatstvo korporatsyy [Marketing and financial result. New indicators and the corporation's wealth]. Moscow: Fynansy i statystyka.

4. Krykavskiy Ye. V., Pokhylchenko O. A. (2017) Efektivnist i rezultativnist v upravlinni lantsiuhamy postavok [Effectiveness and efficiency in the supply chains management]. *Logistics problems and solutions. International scientific and practical journal*, 1, 16-21.

5. Chuhraj N. I., Mlynko I. B. (2013) Ocinjuvannja rezul'tativnosti ta efektyvnosti marketyngu promyslovogo pidpryemstva u lancjugu postavok. *Marketing i menedzhment innovacij*. № 3. pp. 24-34.

6. Muzychka, Ye. O. (2013) Otsinka efektyvnosti upravlinnia zbutovoiu diialnistiu turystychnykh pidpryemstv [Evaluation of the sales activities management effectiveness at tourist enterprises]. *Economic Annals-XXI*, 11-12 (2), 64-67.

7. Svitovij avtomobil'nyj rynek: suchasnyj stan, osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku [Global automotive market: current status, special aspects and development prospects]. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. (2015), № 5-6, 60-67. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2015_5-6_8 (accessed 16 December 2019).

8. Magretta D. (2013) Kljuchevye ydey Majkla Portera: rukovodstvo po razrobotke strategyy [Michael Porter's key ideas: A guide to strategy development]: per. s angl. Moscow: Mann, Yvanov y Ferber.

9. Udokonalennja systemy prodazhu avtomobiliv na global'nomu rynku. [Improvement of the car sales system in the global market]. *Tehnologicheskij audyt y rezervy proyzvodstva*. (2015), № 5(5), pp. 36-40 Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_5%285%29__8 (accessed 17 December 2019).

10. Yvanov V. V. (2007) Avtomobil'nyj menedzhment [Car management]. Moscow: YNFRA–M, 430 p.

11. Laduba, T. Ju. (2010). Internacionalizacija avtomobil'noi' promyslovosti v umovah zrostannja nacional'nyh ekonomik. [Internationalization of automobile industry in the conditions of national economies growth]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, № 12 (12-13), pp. 184-209.

12. Ryfjak R. R. Svitovij ta vitchyznjanyj rynky avtomobiliv: porivnjal'nyj analiz [Global and domestic automotive market: comparative analysis]. Available at: <http://nauka/kushnir/mk.ua/?p=70473> (accessed 17 December 2019).

13. Porter, M. (1993). Mezhdunarodnaja konkurencija [International competition]: per. s angl. Moscow : Mezhdunar. otnoshenija.

14. Kaplan, R. (2004). Organyzacyja, oryentirovanaja na strategiju [Strategy oriented organization]: per. s angl. Moscow: «OlympByznes».

15. Kramarenko, V. I. (2005). Marketyng [Marketing]: navchal'nyj posibnyk. Kyiv: CUL.

16. Drozdova, G. M. (2002). Menedzhment zovnishn'oeconomichnoi' dijal'nosti pidpryemstva [Management of foreign economic activity of the enterprise]: navchal'nyj posibnyk. Kyiv: CNL.

REFERENCES:

1. Balanovska, T. I., Hohulia, O. P. (2010) Upravlinnia marketynhovoio diialnistiu na ahroprodovolchomu rynku [Marketing activities management in the agro-food market]. *Scientific herald of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*, 154 (1), 368-373.2.

2. Pan, L. V., Abramovych, O. K. (2008) Kompleks marketynhu ta yoho rol v umovakh komunikatsiinoi ery

17. Kotler, F. (2003). *Marketing ot A do Ja: 80 koncepcyj, kotorye dolzhen znat' kazhdyj menedzher* [A to Z Marketing: 80 concepts that every manager should know]. St. Petersburg: Neva.

18. Vyznachennja rivnja efektyvnosti marketyngovoi' dijal'nosti na korotkostrokovyj period [Determining the level of effectiveness of marketing activities in the short term]. *Visnyk Nacional'nogo universytetu «L'vivs'ka politehnika»*. Logistyka. (2016), № 846, pp. 21-24 Avail-

able at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2016_846_6 (accessed 16 December 2019).

19. Chala, Ju. V. Ocinka efektyvnosti marketyngovoi' dijal'nosti [Evaluation of the effectiveness of marketing activities]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pprbsu_2014_38_30 (accessed 15 December 2019).

20. Azarjan, E. M. (2012). *Mizhnarodnyj marketyng* [International marketing]: navchal'nyj posibnyk. Kyiv: Studcentr.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ:
СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИINFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN THE TOURIST MARKET:
MODERNITY AND PERSPECTIVES

У статті розглянуто сучасність та перспективи інформаційних систем та технологій на туристичному ринку. Встановлено, що симбіоз технологій та подорожей в останнє десятиліття відіграє вирішальну роль у розвитку туризму – від пошуку місця відпочинку та планування подорожі до самої її реалізації й демонстрації вражень і фотографій у соціальних мережах. Наведено трактування дефініції «інформаційні технології». Теоретично обґрунтовано трансформацію самої туристичної системи через удосконалення технологічних процесів обслуговування клієнтів та створення нових бізнес-моделей. На основі аналізу туристичного ринку виділено найважливіші інформаційні системи та технології, які мають колосальний вплив на галузь, серед них: туристичні онлайн-підприємства, мобільні технології, віртуальна реальність, Інтернет речей та віртуальні помічники, великі дані, блокчейн, технологія 5G. Установлено, що туристичні онлайн-агентства стали потужними бізнес-середовищами, які сприяли адаптації туристичної галузі до інформаційних технологій та систем. Booking Holdings та Expedia становлять 73% сукупного доходу туристичних онлайн-компаній, а далі – Ctrip.

Ключові слова: інформаційні системи та технології, туризм, туристичні онлайн-підприємства, мобільні технології, віртуальна реальність, Інтернет речей та віртуальні помічники, великі дані, блокчейн, технологія 5G.

В статье рассмотрены современность и перспективы информационных систем и

технологий на туристическом рынке. Установлено, что симбиоз технологий и путешествий в последнее десятилетие играет решающую роль в развитии туризма – от поиска места отдыха и планирования путешествия до самой ее реализации и демонстрации впечатлений и фотографий в социальных сетях. Приведены трактовки дефиниции «информационные технологии». Теоретически обоснована трансформация самой туристической системы через совершенствование технологических процессов обслуживания клиентов и создание новых бизнес-моделей. На основе анализа туристического рынка выделены важнейшие информационные системы и технологии, которые имеют колоссальное влияние на отрасль, среди них: туристические онлайн-предприятия, мобильные технологии, виртуальная реальность, Интернет вещей и виртуальные помощники, большие данные, блокчейн, технология 5G. Установлено, что туристические онлайн-агентства стали мощными бизнес-средами, которые способствовали адаптации туристической отрасли к информационным технологиям и систем. Booking Holdings и Expedia составляют 73% совокупного дохода туристических онлайн-компаний, а дальше – Ctrip.

Ключевые слова: информационные системы и технологии, туризм, туристические онлайн-предприятия, мобильные технологии, виртуальная реальность, Интернет вещей и виртуальные помощники, большие данные, блокчейн, технология 5G.

УДК 004:338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-5>

Грбар М.В.

к.е.н., доцент кафедри туризму
ДВНЗ «Ужгородський національний
університет»

Hrbar Maryna

Uzhhorod National University

The article deals with the present and prospects of information systems and technologies in the tourist market. It has been established that the symbiosis of technology and travel has played a decisive role in the development of tourism over the last decade: from finding a vacation destination and planning a trip to its very realization and displaying impressions and photos on social networks. The interpretation of the definition of information technology is given. The transformation of the tourist system itself is theoretically substantiated through the improvement of technological processes of customer service and creation of new business models. Based on the analysis of the tourism market, the most important information systems and technologies have been identified that have a tremendous impact on the industry. These include online travel businesses, mobile technology, virtual reality, internet of things and virtual assistants, big data, blockchain, 5G technology. Online travel agencies have become powerful business environments that have helped adapt the travel industry to information technology and systems. Booking Holdings and Expedia make up 73% of the total revenue of online travel companies, followed by Ctrip. Mobile technology is the main technology of new ways of traveling. A cell phone has become a guide, travel agency, best way to find a restaurant, map and more. Mobile technologies continue to gain momentum due to the constant localization of the device, along with potential travelers. The key trend of mobile travel advertising is its personalization selection of offers of tourist packages according to the previous searches. Researching the Internet advertising market in Ukraine, we can conclude that the share of mobile traffic is the dominant share. Mobile technology accounts for 65% of banner ads, 70% for digital video and Youtube, 70% contextual advertising. Many travel companies already use Big Data technology. The benefits of using big data technology in the tourism industry are based on the following vectors: revenue and reputation management, strategic marketing, customer experience, market research.

Key words: information systems and technologies, tourism, online travel businesses, mobile technologies, virtual reality, internet of things and virtual assistants, big data, blockchain, 5G technology.

Постановка проблеми. Інформаційні технології на даному етапі розвитку використовуються у діяльності туристичних підприємств та стимулюють глобалізаційні й інтеграційні процеси на ринку вітчизняного і міжнародного туризму. Розвиток підприємства у туристичній індустрії без використання інформаційних технологій нині неможливий. Чим більше підприємство використовує їх, тим успішнішим і конкурентоспроможнішим воно стає.

Інформаційні технології допомогли знизити витрати, підвищити операційну ефективність та

поліпшити обслуговування туристів. Як клієнти, так і підприємства можуть скористатися поліпшеною системою зв'язку, бронювання та обслуговування.

Сьогодні не викликає сумнівів, що технології та подорожі – ідеальне поєднання. Цей симбіоз в останнє десятиліття відіграє вирішальну роль у розвитку туризму – від пошуку місця відпочинку та планування подорожі до самої її реалізації й демонстрації вражень і фотографій у соціальних мережах.

Технологічний прогрес змінив спосіб подорожі, тому дослідження інформаційних систем та технологій є надзвичайно актуальним та своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням інформаційних технологій у сфері туризму займалися такі дослідники, як О.І. Артеменко, С.В. Мельниченко, О.В. Хорунжак, А.О. Глєбова. Питання щодо впровадження інформаційних технологій на туристичні підприємства досліджували такі науковці, як К.В. Кучеренко, Л.Е. Шевчук, А.С. Татаринцева, О.І. Зайцева.

Проте інформаційні технології з кожним роком розвиваються, вносять нові зміни до самої парадигми функціонування галузі, тому їх дослідження хоча й проводилися, проте у зв'язку з еволюцією та трансформацією потребують сучасної діагностики ситуації.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сучасного стану та подальших перспектив використання і впливу інформаційних технологій на туристичний ринок. Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких завдань: розгляд сутності поняття «інформаційні технології»; формування чіткого переліку сучасних інформаційних технологій у туризмі та їх детальна характеристика. У ході виконання дослідження використано такі методи: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системно-структурний аналіз, статистичний аналіз, графічний метод.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні технології – термін, який застосовується для позначення самих сучасних удосконалень у способах і механізмах, які використовуються для збору, обробки, аналізу, зберігання, розповсюдження і застосування інформації [1, с. 43].

С.В. Мельниченко трактує інформаційні технології як сукупність прийомів і методів, які мають

забезпечувати поліпшення якості надання туристських послуг, збільшення швидкості надання послуг та передачі великого обсягу інформації [4, с. 130].

Інформаційні технології тягнуть за собою трансформацію самої туристичної системи через удосконалення технологічних процесів обслуговування клієнтів та створення нових бізнес-моделей. Усе це призводить до користі як для туристів, даючи їм змогу спростити й урізноманітнити процес планування подорожей, так і для туристичних підприємств, сприяючи налагодженню комунікацій із партнерами.

Розглянемо інформаційні системи та технології, що нині є найважливішими технологічними рішеннями для туристичної галузі (рис. 1).

Туристичні онлайн-агентства стали потужними бізнес-середовищами, які сприяли адаптації туристичної галузі до інформаційних технологій та систем. Згідно з рейтингом Travel Weekly, найбільшими туристичними маркетплейсами є Expedia, Booking, American Express Global Business Travel, BCD Travel, CWT [8].

Expedia Group є всесвітньою туристичною платформою з великим портфелем брендів, що включає деякі з провідних світових брендів подорожей.

Колективно бренди Expedia Group охоплюють практично кожен аспект дослідження, планування та бронювання подорожей – від вибору найкращого сидіння літака, читання особистих відгуків про готелі до планування того, що робити в дестинації. Портфель Expedia Group обслуговує як відпочиваючих, так і ділових мандрівників, від бюджетного до розкішного відпочинку. Expedia є провідною світовою туристичною компанією, що надає можливість діловим особам і туристам користуватися інструментами та інформацією, необхідною для легкого вивчення, планування,

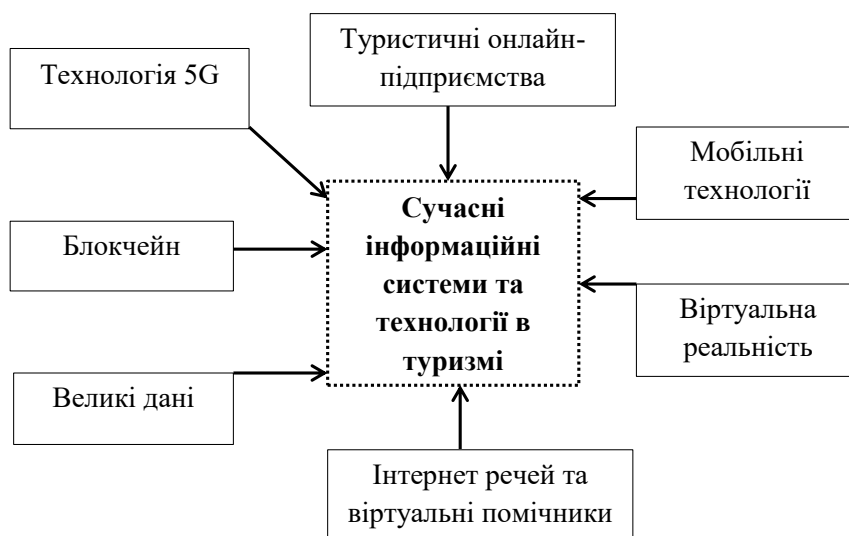


Рис. 1. Сучасні інформаційні системи та технології в туризмі

Джерело: розроблено автором

бронювання та подорожей. Expedia також надає оптові подорожі в офлайн роздрібним туристичним агентствам [3, с. 5].

Портфель брендів Expedia включає: Expedia.com, hotels.com, Hotwire, TripAdvisor, Expedia Local Expert, Classic Vacations та eLong. Компанії Expedia, Inc. працюють з об'єктами в Північній та Південній Америці, Латинській Америці, Європі, на Близькому Сході, в Африці та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Expedia – найбільша у світі компанія, що пропонує послуги онлайн-бронювання туристичних послуг [7].

Booking Holdings – оператор одного з найбільших туристичних Інтернет-агентств Booking.com. Щодня бронюється понад 1,5 млн номерів на ніч через Booking.com. Бронювання має понад 200 офісів по всьому світу та представлено у понад 70 країнах. Штаб-квартира Booking Holdings знаходиться у Сполучених Штатах Америки і передбачає активне застосування інформаційних технологій.

Холдинг має на меті полегшити організацію подорожей людям. Booking Holdings пропонує різні системи для бронювання рейсів, номерів у готелях, столиків у ресторанах або прокат автомобілів. Booking Holdings володіє такими брендами:

- Booking.com – найбільший у світі Інтернет-портал бронювання готелів/номерів (на основі номерів на ніч);
- KAYAK – провідна онлайн-пошукова система для порівняння готелів, авіаквитків або туристичних пакетів;
- Priceline – провідний портал на північноамериканському ринку бронювання рейсів, готелів, оренди автомобілів або туристичних пакетів;

– Agoda – провідний Інтернет-портал для бронювання проживання в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні;

– Rentalcars.com – провідний глобальний портал для бронювання автомобілів напрокат;

– OpenTable – провідна онлайн-платформа для бронювання столів у ресторанах.

Загальний дохід Booking Holdings виріс на 35%, з 10,7 млрд дол. США у 2016 р. до майже 14,5 млрд дол. США у 2018 р., і, як очікується, зросте на 10%, приблизно до 16,2 млрд дол. США протягом наступних двох років (рис. 2).

Ctrip.com International, Ltd. (Ctrip) агрегує інформацію про готелі та авіарейси й авіаквитки. Компанія також продає пакетовані тури, які включають транспорт і проживання, а також екскурсії. Ctrip спеціалізується насамперед на ділових та культурно-пізнавальних індивідуальних поїздах у Китаї. До дочірніх підприємств належать: C-Travel International Limited; Ctrip.com (Гонконг) Limited; Ctrip Computer Technology (Шанхай) Co., Ltd.; Ctrip Travel Information Technology (Шанхай) Co., Ltd; Ctrip Travel Network Technology (Шанхай) Co., Ltd., та Ctrip Information Technology (Наньтун) Co., Ltd [9]. У листопаді 2016 р. компанія придбала Skyscanner за 1,4 млрд фунтів, за рахунок чого розширила свою діяльність на ринку повітряних перевезень, дала можливість користувачам переглядати інформацію про авіарейси за різноманітними критеріями.

Booking Holdings та Expedia становлять 73% сукупного доходу туристичних онлайн-компаній, а далі – Ctrip (рис. 3).

Мобільні технології – головна технологія нових способів подорожі. Стільниковий телефон став

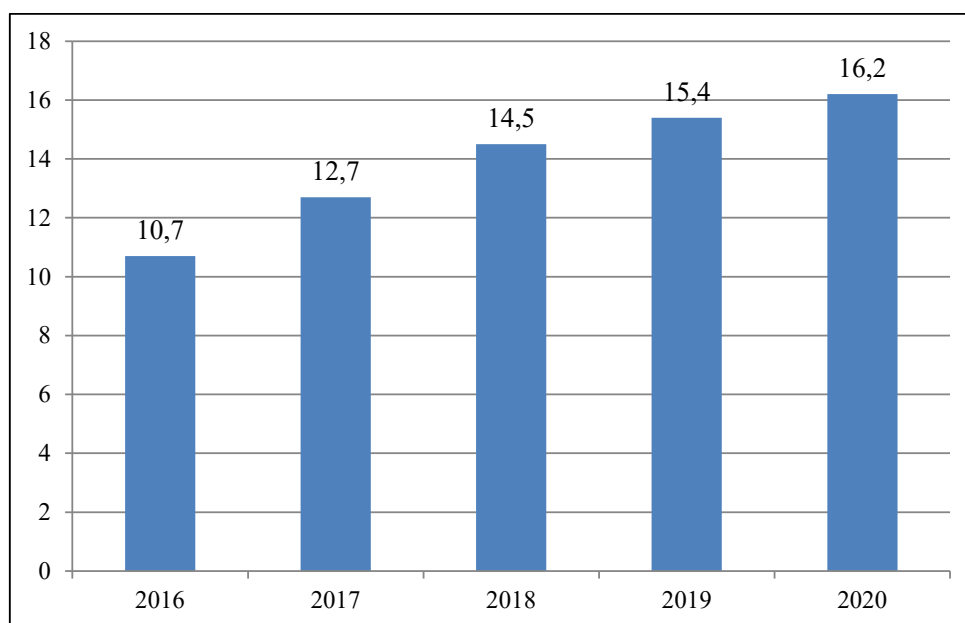


Рис. 2. Загальний дохід Booking Holdings [10]

гідом, туристичним агентством, найкращим засобом пошуку ресторану, картою тощо. Мобільні технології продовжують набирати обертів у силу постійної локалізації пристрою поруч із потенційними подорожуючими. Ключовим трендом мобільної туристичної реклами є її персоналізація – підбір пропозицій турпакетів відповідно до попередніх пошукових запитів.

Еволюція смартфонів сприяла глибоким змінам у сфері туризму та відпочинку. Смартфони з відповідними додатками істотно змінили підходи туристів до планування подорожі. Механізм подорожей перетворився на постійну взаємодію з Інтернетом, постійним використанням смартфонів. Тому є необхідність адаптувати корпоративні послуги та комунікації до цих пристроїв. Наприклад, KLM вже створила інформаційну службу для пасажирів, що використовують Facebook Messenger. Після того як хтось зробив бронювання, ця система надсилає користувачеві інформацію про їхній квиток через Facebook Messenger, а також посадковий талон та оновлює стан рейсу. Таким чином, користувач має всю відповідну інформацію про поїздки, використовуючи додаток, який уже інстальовано на його

телефоні, усуваючи необхідність завантажувати будь-що інше.

Досліджуючи ринок Інтернет-реклами України, можемо констатувати, що частка мобільного трафіку займає домінуючу частку. Так, на мобільні технології припадає 65% банерної реклами, 70% – на цифрове відео та Youtube, 70% – на контекстну рекламу (табл. 1).

У 2020 р. зростання ринку Інтернет-реклами продовжиться, ключовими чинниками зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців Facebook для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку, а також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання Інтернету населенням України [2].

Віртуальна реальність (VR). Все більше компаній використовують її для показу користувачам готельного номеру, огляду навколишньої території, каюти на круїзному судні. Сьогодні можна «телепортуватися» у найвіддаленіші куточки Земної кулі, не встаючи з дивана. Це те, що можна отримати за допомогою програми EVEREST VR, яка

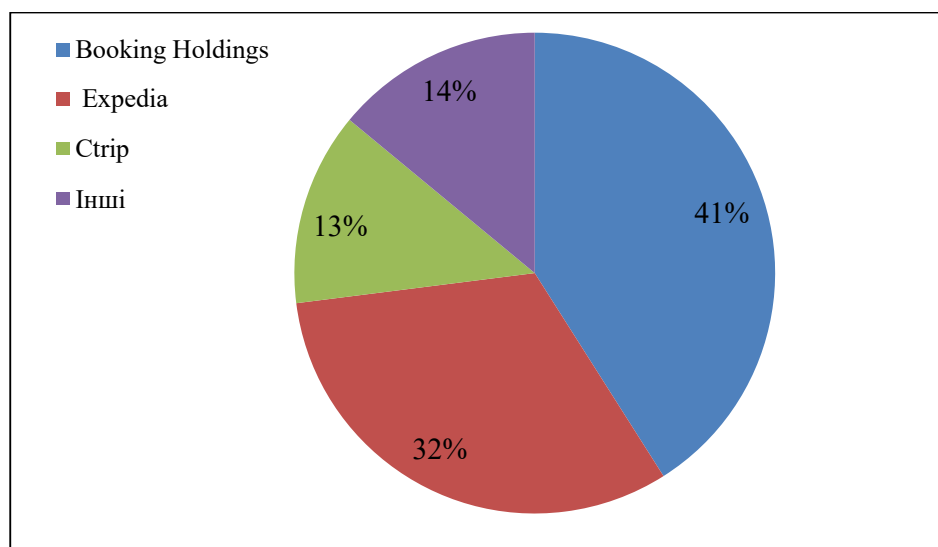


Рис. 3. Частки на ринку туристичних онлайн-маркетплейсів, %

Таблиця 1

Digital-реклама (за класифікацією IAB) [2]

Види	Підсумки 2019 р., млн грн.	Частка мобайла (трафік)	Прогноз на 2020 р., млн грн	Відсоток зміни 2020 р. до 2019 р.
Банерна реклама, оголошення у соціальних мережах, rich media	2 915	65%	3 500	20%
Спонсорство	180	60%	180	0%
Цифрове відео, вкл. Youtube	2 645	70%	3 440	30%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ-МЕДІА	5 740		7 120	24%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	8 100	70%	11 100	37%
Інший діджитал	676		700	4%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ-РИНОК	14 516		18 920	31%

дає змогу бачити вершину світу без необхідності підніматися на вершину. Віртуальні тури мають низку переваг як для туристів, так і для туристичних підприємств (табл. 2).

Інтернет речей та віртуальні помічники (Сірі, Алекса) принесли значні оновлення туристичній галузі. Інтернет речей включає інтеграцію датчиків, підключених до Інтернету, з такими предметами, як автомобілі, валізи, будівлі тощо. Іспанський інститут готельних технологій (Instituto Tecnológico Hotelero – ITH) констатує, що Інтернет речей «стане головним перетворювальним фактором у персоналізації досвіду клієнтів протягом наступних кількох років» [5]. Так, наприклад, готель Virgin пропонує своїм клієнтам додаток, який дає їм змогу взаємодіяти з кімнатним термостатом або контролювати телевізор у кімнаті. Також є валізи, що мають пристрої, які дають змогу користувачам мобільних телефонів у будь-який час слідкувати, де знаходиться валіза, щоб уникнути втрати багажу в аеропорту чи інших громадських місцях.

Великі дані (англ. Big Data) в інформаційних технологіях – набори інформації (як структурованої, так і неструктурованої) настільки великих розмірів, що традиційні способи та підходи здебільшого засновані на рішеннях класу бізнесової аналітики та система управління базами даних не можуть бути застосовані до них [6]. По суті, це агрегація максимально великого числа доступних індивідуальних точок даних, які синтезовані в одну базу чистих просіяних даних, які потім використовуються, щоб інформувати і створювати наочні моделі цільової аудиторії. Це унаочнення може охоплювати демографічні й географічні фактори, вік, стать, національність, релігійність і т. д. Або психографічні фактори чи настанови – це звички споживача і його стиль життя.

Багато туристичних компаній вже використовують технологію мета-даних. Переваги використання технології в туристичній індустрії ґрунтуються на таких векторах: управління доходами і репутацією, стратегічний маркетинг, досвід клієнтів, дослідження ринку.

Управління доходами. Індустрія туризму стикається з проблемою продажу потрібного продукту потрібному клієнту в потрібний момент. Усе це вимагає внутрішніх (минулі очікування клієнтів, рівень зайнятості, дохід від номера та поточні бронювання), а також зовнішніх (інформація про місцеві події, погоду, рейси та шкільні канікули) даних, що в сукупності допомагає передбачити майбутній попит. Ця система допомагає контролювати певний бізнес-мікс та стратегію ціноутворення. Управління доходами дає можливість визначити, які споживчі властивості насправді стосуються та цікавлять клієнта, який готовий платити.

Управління репутацією. В епоху Інтернету туристи можуть залишати відгуки на широкому спектрі різних платформ, включаючи сайти соціальних медіа, пошукові системи та спеціалізовані вебсайти, ділитися своєю думкою та досвідом. Тенденція туристів – більше довіряти відгукам, аніж вебсайту. Отже, коли всі ці дані агреговані, то вони можуть бути використані для виявлення найбільш значущих сильних і слабких сторін.

Стратегічний маркетинг. Великі дані допомагають туристичним компаніям розробити стратегічний підхід у своїх маркетингових цілях, орієнтуючись на потрібний сегмент споживачів. Це дає змогу надіслати рекламні повідомлення на основі часу, місця та інших даних. Тобто відбувається таргетинг цільового рекламного вмісту.

Досвід клієнтів – це чинник, який визначає, чи буде клієнт лояльним клієнтом, клієнтом, що базується на потребах, або блукаючим клієнтом. Лояльний клієнт – це той, хто становить меншість клієнтської бази, але приносить значну частину продажів. Основна мета – зробити клієнта лояльним [8].

Підприємства туризму мають широкий спектр взаємодій зі своїми клієнтами, і кожна із цих взаємодій може надати цінні дані, які можуть бути використані для поліпшення відпочинку. Ці дані можуть включати все – від розмов у соціальних мережах та оглядів в Інтернеті до даних про використання сервісу. Використання цієї інформації дає змогу виявити, які туристичні дестинації найбільше

Таблиця 2

Переваги віртуальних турів

Для туристів	Для туристичних підприємств
<p>значна економія часу (ознайомитися з об'єктом можна в будь-який зручний для них час);</p> <p>можливість попереднього, причому досить детального огляду всіх наявних у продавця потенційно цікавих об'єктів;</p> <p>віртуальні тури надають неоціненну допомогу у вивченні наявних пропозицій;</p> <p>для людей з обмеженими можливостями шанс побачити найбільші туристичні дестинації світу;</p> <p>різносторонність відчуття (можливість сприймати звуки, зображення).</p>	<p>оригінальність і привабливість – віртуальні тури викликають більший інтерес, ніж звичайні фотографії або текст;</p> <p>скорочення часу між створенням віртуального туру і знайомством з ним покупця;</p> <p>цілодобова доступність;</p> <p>можливість різноманітного використання одних і тих же турів, як в Інтернеті, так і у вигляді презентацій, які можна демонструвати в офісі для клієнтів, на виставці і т.п.;</p> <p>простота і оперативність розміщення нових, оновлення та заміни старих віртуальних турів;</p> <p>підвищення іміджу та інвестиційної привабливості.</p>

Джерело: сформовано автором за даними [6]

цікавлять туриста, якому готелю він віддає перевагу, якого готельного номеру потребує. За допомогою цих даних компанії можуть приймати більш обґрунтовані, керовані рішення щодо пропозиції пакету турпослуг конкретному споживачу.

Дослідження ринку. Індустрія туризму використовує великі дані для збирання та аналізу інформації про своїх основних конкурентів. Щоб чіткіше зрозуміти, що пропонують клієнтам інші готелі чи підприємства, дані можна отримати в Інтернеті. Інформація може бути використана для визначення сильних, слабких сторін та загальної репутації конкуруючих компаній. Це може бути надзвичайно цінним, оскільки допомагає лідерам бізнесу виявити потенційні прогалини на ринку або можливості їх досягнення.

Блокчейн – це база даних усіх операцій, які проводяться в системі. Організована вона у вигляді ланцюжка блоків інформації, в кожному з яких записана певна кількість операцій. При цьому кожний наступний блок містить у собі частину інформації попереднього блоку. В Україні пілотний проєкт застосування блокчейн у системі державного управління відбувається на ринку оренди та продажу державного майна.

У туристичній індустрії блокчейн сприяє автоматизації фінансових операцій, скороченню часу підготовки та оформлення договорів, зменшенню паперового документообігу, зменшенню вартості туристичних послуг (за рахунок зниження посередницьких послуг), автоматизації ідентифікації особи та перевірки компанії, накопиченню бонусних балів у разі покупки турів (єдина карта лояльності, що накопичує бали всіх готельних мереж, авіакомпаній, сервісів оренди машин).

5G. Технологія подорожей стає все потужнішою за допомогою мереж 5G. Вони обіцяють набагато більшу швидкість завантаження, ширше покриття та стабільніші з'єднання. Крім завантаження вмісту в 20 разів швидше, ніж раніше, 5G дає змогу розробляти та впроваджувати технології, які 4G обмежили. Це означає, що зв'язок між розумними пристроями буде ефективнішим і туристи зможуть оцінити інтеграцію речей з Інтернетом.

Висновки з проведеного дослідження. На основі аналізу туристичного ринку виділено найважливіші інформаційні системи та технології, які мають колосальний вплив на галузь, серед них: туристичні онлайн-підприємства, мобільні технології, віртуальна реальність, Інтернет речей та віртуальні помічники, великі дані, блокчейн, технологія 5G. Туристичні онлайн-агентства стали потужними бізнес-середовищами, які сприяли адаптації туристичної галузі до інформаційних технологій та систем. Згідно з рейтингом Travel Weekly, найбільшими туристичними маркетплейсами є Expedia, Booking, American Express Global Business Travel, BCD Travel, CWT.

Смартфони з відповідними додатками істотно змінили підходи туристів до планування подорожі. Механізм подорожей перетворився на постійну взаємодію з Інтернетом, постійним використанням смартфонів, оскільки мобільний трафік займає домінуючу частку рекламного ринку (65% – банерна реклама, 70% – цифрове відео та Youtube, 70% – контекстна реклама).

Великі дані дають змогу агрегувати максимально велике число доступних індивідуальних точок даних, які синтезовані в одну базу чистих просіяних даних, які потім використовуються, щоб інформувати і створювати наочні моделі цільової туристичної аудиторії і підбирати для них пакети турів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інформаційні технології та їх вплив на розвиток суспільства / О.В. Андрощук та ін. *Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського*. 2014. № 1(50). С. 42–47.
2. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL : <https://vrk.org.ua/ad-market/> (дата звернення: 21.12.2019).
3. Грабар М.В., Пичкар Я.В. Expedia Group: шлях злиттів та поглинань на туристичному онлайн ринку. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2019. Т. 30(69). № 5. С. 1–5.
4. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 2(6). С. 129–138.
5. Instituto Tecnológico Hotelero. URL : www.ithotelero.com (дата звернення: 01.12.2019).
6. IT-Enterprise. URL : <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye> (дата звернення: 11.01.2020).
7. Expedia Group is the world's leading travel platform. URL : <https://join.expediapartnercentral.com/ru/about-us/> (дата звернення: 23.12.2019).
8. Travel Weekly's 2019 Power List. URL : <https://www.travelweekly.com/Power-List-2019> (дата звернення: 02.01.2020).
9. Trip.com Official Site: Travel Deals and Promotions. URL : www.trip.com (дата звернення: 29.12.2019).
10. Why Booking Holdings' Agency Revenue Will See Single-Digit Growth in 2019? URL : <https://www.trefis.com/stock/bkng/articles/479247/why-booking-holdings-agency-revenue-will-see-single-digit-growth-in-2019-2019-12-20> (дата звернення: 10.01.2020).

REFERENCES:

1. Androshchuk O.V., Kondratenko Yu.V., Holovchenko O.V., Vorona T.O., Petrushen M.V. (2014) Informatsiini tekhnolohii ta yikh vplyv na rozvytok suspilstva [The information technologies and their impact on society development] Zbirnyk naukovykh prats Tsentru voienno-stratehichnykh doslidzhen Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy imeni Ivana Cherniakhovskoho. vol. 1, no. 50, pp. 42-47.
2. Vseukrainska reklamna koalitsiia Available at: <https://vrk.org.ua/ad-market/> (accessed 21 December 2019).
3. Hrabar M. V., Pychkar Ya. V. (2019) Expedia Group: shliakh zlyttiv ta pohlynan na turystychnomu onlain rynku. [Expedia group: the way of mergers and acquisitions on the tourist online market] Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Ekonomika i upravlinnia. vol. 30, no. 69, pp. 1-5.
4. Melnychenko S. V. (2010) Informatsiini tekhnolohii v turyzmi: teoretychni ta praktychni aspekty. [Information technologies are in tourism: theoretical and practical aspects] Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. vol. 2, no. 6, pp. 129 –138.
5. Instituto Tecnológico Hotelero Available at: www.ithotelero.com (accessed 01 December 2019).
6. IT-Enterprise Available at: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-danye> (accessed 11 January 2020).
7. Expedia Group is the world's leading travel platform. Available at: <https://join.expediapartnercentral.com/ru/about-us/> (accessed 23 December 2019).
8. Travel Weekly's 2019 Power List Available at: <https://www.travelweekly.com/Power-List-2019> (accessed 02 January 2020).
9. Trip.com Official Site. Travel Deals and Promotions Available at: www.trip.com (accessed 29 December 2019).
10. Why Booking Holdings' Agency Revenue Will See Single-Digit Growth in 2019? Available at: <https://www.trefis.com/stock/bkng/articles/479247/why-booking-holdings-agency-revenue-will-see-single-digit-growth-in-2019/2019-12-20> (accessed 10 January 2020).

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕГАРЕГІОНАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ТА ГЛОБАЛЬНІ МЕРЕЖІ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ

MACROECONOMIC ASPECTS OF MEGAREGIONAL UNIONS' FUNCTIONING AND GLOBAL VALUE NETWORKS

Стаття присвячена дослідженню макроекономічної динаміки функціонування мега-регіональних угод (ТТП, ТТІП, ВРЕП, БРИКС, ШОС) з позиції відкритості до глобальної економіки та включення до глобальних мереж створення вартості. Використовуючи данні Світового банку та ЮНКТАД було показано, що ТТП та ВРЕП мають найбільше ознак розвинених об'єднань з позиції потенціалу функціонування глобальних мереж вартості. ШОС, в свою чергу, об'єднує менші за розміром економіки, а БРИКС не є по суті мега-регіональною угодою, а лише партнерством, інтеграційна спроможність якого послаблена географічною розрізненістю країн-учасниць. Загальна висхідна динаміка ГМСВ та посилення різниці між основними МРУ супроводжується наростаючою збіжністю в досліджуваних макроекономічних явищах. Це дозволяє припустити, що саме розвиток ГМСВ буде призводити до подальших макроекономічних збурень (ВВП, ПІІ, експорту товарів та послуг). Отримані результати можуть бути використані в подальшому при моделюванні функціонування МРУ з позиції впливу ГМСВ з корегуванням на регіональні особливості об'єднань.

Ключові слова: мега-регіональні угоди, глобальні мережі створення вартості, ТТП, ВРЕП, економічна збіжність, диспропорції участі.

Стаття посвящена исследованию макроэкономической динамики функционирования

мега-региональных соглашений (ТТП, ТТИП, ВРЭП, БРИКС, ШОС) с позиции открытости к глобальной экономике и включения в глобальные сети создания стоимости. Используя данные Всемирного банка и ЮНКТАД, было показано, что ТТП и ВРЭП имеют больше признаков развитых объединений с позиции потенциала функционирования глобальных сетей создания стоимости. ШОС, в свою очередь, объединяет меньшие по размеру экономики, а БРИКС не является по сути мега-региональным соглашением, а только партнерством, интеграционная способность которого ослаблена географической разрозненностью стран-участниц. Общая восходящая динамика ГССВ и усиления разницы между основными МРС сопровождается нарастающей сходимостью в исследуемых макроэкономических явлениях. Это позволяет предположить, что именно развитие ГССВ будет приводить к дальнейшему макроэкономическим колебаниям (ВВП, ПИИ, экспорта товаров и услуг). Полученные результаты могут быть использованы в дальнейшем при моделировании функционирования МРС с позиции влияния ГССВ с корректировкой на региональные особенности объединений.

Ключевые слова: мега-региональные соглашения, глобальные сети создания стоимости, ТТП, ВРЭП, экономическая сходимость, диспропорции участия.

УДК 339.9.012.23 330.101.22

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-6>

Кобилянська А.В.

к.е.н., доцент,
професор кафедри агрологістики та управління ланцюгами постачань Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Kobylianska Alla

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7052-0886/>

Nowadays, global economy is characterized by simultaneous development of mega-regionalization and of global value networks (GVNs), thus, those studies that examine the interconnections between these processes are of particular importance. The article is devoted to the study of macroeconomic dynamics of functioning of mega-regional agreements (TTP, TIPP, VREP, BRICS, SCO) from the point of view of their openness to the global economy and their inclusion into global value creation networks. Despite variety of literature devoted separately to the examination of mega-regionals and global value networks and chains, there are only minor attempts to link these two phenomena together. At the same time, both mega regionals and GVNs play crucial role in global economic governance representing its newest mode- network one. The shift in power from supranational institution towards dissipative forms poses an important scientific question- how the interests of different integration forms would be balanced. The paper is the first attempt to investigate the relationship between mega-regionals openness to global economy and the dynamics of their participation in global value networks. From this point of view, it significantly enriches existing literature including that devoted to the study of mega-regionalization and that – to the different regional aspects of GVNs' evolution, thus, giving us an unprecedented comparative insight. Using World Bank and UNCTAD data, it has been shown that TPP and RCEP have the highest attributes of advanced alliances in terms of the potential for global value networks. The SCO, in turn, unites smaller economies, and BRICS is not essentially a mega-regional agreement, but only a partnership, which integration capacity is weakened by the geographical disparity of the participating countries. The overall upward dynamics of GVN and the widening of the difference between the main MRA is accompanied by increasing convergence in the macroeconomic phenomena under study. This suggests that the development of GVN will lead to further macroeconomic disturbances (in GDP, FDI, exports of goods and services). The results obtained can be used in further modeling of the operation of the MRA from the point of view of the impact of the GVN, with a specific adjustments to regional peculiarities of the associations.

Key words: mega-regional agreements, global value creation networks, TPP, RCEP, economic convergence, participation disparities.

Постановка проблеми. Починаючи з періоду великих відкриттів, і навіть раніше в період становлення перших цивілізацій, країни знаходяться в безперервному пошуку кращих умов для ведення своєї господарської діяльності. Первинні інтереси щодо винайдення нових або більших за обсягами ресурсів: корисних копалин, землі для ведення господарства або проживання, робочої сили; з плином часу замінювались більш складними: винайдення маржі від використання відповідних засобів виробництва. Якісні зміни в засобах

виробництва супроводжувались трансформацією виробничих відносин. Зростаюча роль інформації, прогрес в міжнародній виробничій інфраструктурі, передусім, інформаційній, телекомунікаційній та транспортній, уможливили ведення бізнесу в глобальних масштабах. Ієрархічні форми ведення бізнесу витісняються мережевими, як на локальному, так і на глобальному рівнях, слідує мережевізації, мультизадачності, плюралістичності існування економічних суб'єктів. Майже канули в літу ті часи, коли країни входили винятково до одного

чи до іншого інтеграційного об'єднання. Так, відповідно, на заміну регіональним формам міжнародної економічної інтеграції, як спроби інституціоналізації отримання економічної ренти від зовнішньоекономічних зносин, та світ-полярному мультилатеризму, з їх доволі очевидними формами досягнення загального консенсусу, приходять нові форми регіоналізму, які в більшій мірі відповідають глобальним формам економічного буття та масштабам ведення бізнесу. Мова йде про мега-регіональні угоди та партнерства (МРУ). Зважаючи на високу актуальність означених явищ мега-регіоналізації та розвитку глобальних мереж створення вартості (ГМСВ) особливої важливості набувають ті дослідження, які стосуються вивчення взаємозв'язків між цими процесами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідження питань створення та функціонування мега-регіональних об'єднань можливо умовно поділити на дві великі групи: дослідження причин мега-регіоналізму та дослідження його наслідків. Наразі в світі співіснують декілька великих мега-регіональних угод та партнерств: ВРЕП, ШОС, ТТП, БРІКС, та до недавнього часу ТТІП.

В загальному вигляді, безвідносно конкретної МРУ, основні причини були розглянуті в попередній роботі автора [1], серед яких варто окремо виділити появу та поширення угод ЗСТ+.

Також варто виділити роботу Ус І.В., в якій зазначається, що через відносно меншу кількість учасників ймовірність винайдення компромісу є більш високою, а результати для кожного партнера – більш прогнозованими. Водночас укладання МРУ несе в собі ризик плюралістичних лібералізацій [2].

Радзівська С., у свою чергу, аналізуючи тринадцять найбільш торговельних партнерств, включно з мега-регіональними (ТТП, ТТІП, ВРЕП), класифікує мега-регіональні угоди як першу стадію інтеграційних процесів з ознаками третьої стадії, зазначає на високий ступінь економічного взаємозв'язку між згаданими угодами за рахунок одночасної участі декількох країн та високий потенціал впливу на глобальний економічний розвиток [3].

Серед робіт, в яких розглядались наслідки та первинна динаміка розвитку МРУ варто виділити роботи Саламатова В., Портанського О.П., Спартака А.М., Ніколаєва Н., Іванова Є.І., Bown Ch.P., Draper P. та ін.

Через те, що в основу МРУ покладено принцип сприяння зовнішній торгівлі переважна більшість робіт, які аналізують наслідки або взаємозв'язки економічних явищ в межах та поза межами МРУ, спрямовані на дослідження саме міжнародної торгівлі. Серед них роботи Draper P., Lacey S. та Ramkolowan Ya., B. G. Narayanan та Khorana S., DiCaprio A., Santos-Paulino A.U. та Sokolova M. та ін.

Kimura U. та Chen L. чи не найперші, хто розглядає МРУ у взаємозв'язку з ГЛВ. Вони зазначають, що мега-ЗВТ намагаються встановити нові правила в тих сферах, де СОТ виявила свою низьку спроможність (торгівля послугами, дигіталізація економіки та ін.). Ці правила, таким чином, зможуть стати в майбутньому стандартами в управлінні ГЛВ [4].

Незважаючи на все різноманіття існуючої літератури, предметом вивчення якої є мега-регіональні угоди та ГМСВ, наразі відчувається суттєвий брак комплексного дослідження присвяченого вивченню взаємозв'язків між означеними явищами. Відповідна тема є недостатньо висвітленою і в тому, що стосується питань впливу поширень ГМСВ на укладання МРУ та створення мега-регіональних партнерств. Водночас, і МРУ, і ГМСВ в своїй першооснові створюються з метою уникнення обмежень в міжнародній торгівлі, а тому по суті своїй потенційно можуть виявитися взаємозалежними явищами.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення динаміки розвитку мега-регіональних угод з позиції зміни залучення країн-членів до глобальних мереж створення вартості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Задля досягнення мети дослідження пропонується оцінити макроекономічну динаміку розвитку країн-учасниць МРУ. В якості основних показників варто використовувати такі індикатори, як: експорт товарів та послуг (теми росту, % дпр), ПІІ чистий притік (% ВВП), митні та інші імпорتنі мита (% від податкових надходжень) (як макро-показники за допомогою яких можливо оцінити ступінь відкритості економіки окремої країни); темпи росту ВВП (% дпр) (як мірило загальноекономічного прогресу), – у їх зв'язку з індикатором ГЛВ від UNCTAD-Eora, що відображає ступінь залучення країни до глобальних мереж створення вартості.

Довідково розглядаючи ТТІП, перемовини щодо створення якого були припинені в двосторонньому порядку в 2019 році, як безпрецедентного прикладу об'єднання двох з найбільших економік світу (Рис. 1), спостерігається доволі високий ступінь синхронності в зміні обраних показників.

Світова криза 2008 року, наслідки якої стали найбільш відчутними в 2009 році, втілилась у просіданні притоку ПІІ по найбільших економіках світу, ЄС та США. Криза мала вплив на загальні обсяги виробництва і відповідно на експорт товарів та послуг. Втім, найбільше постраждали саме країни ЄС, де падіння притоку ПІІ в відсотках до ВВП мало більшу амплітуду через активізацію інвестиційної активності по відношенню до ЄС в перед-кризові періоди [5]. Через високий ступінь залежності банків ЄС від банківської системи США та скорочення відповідної фінансової активності, а також через обмеження на кредитування,

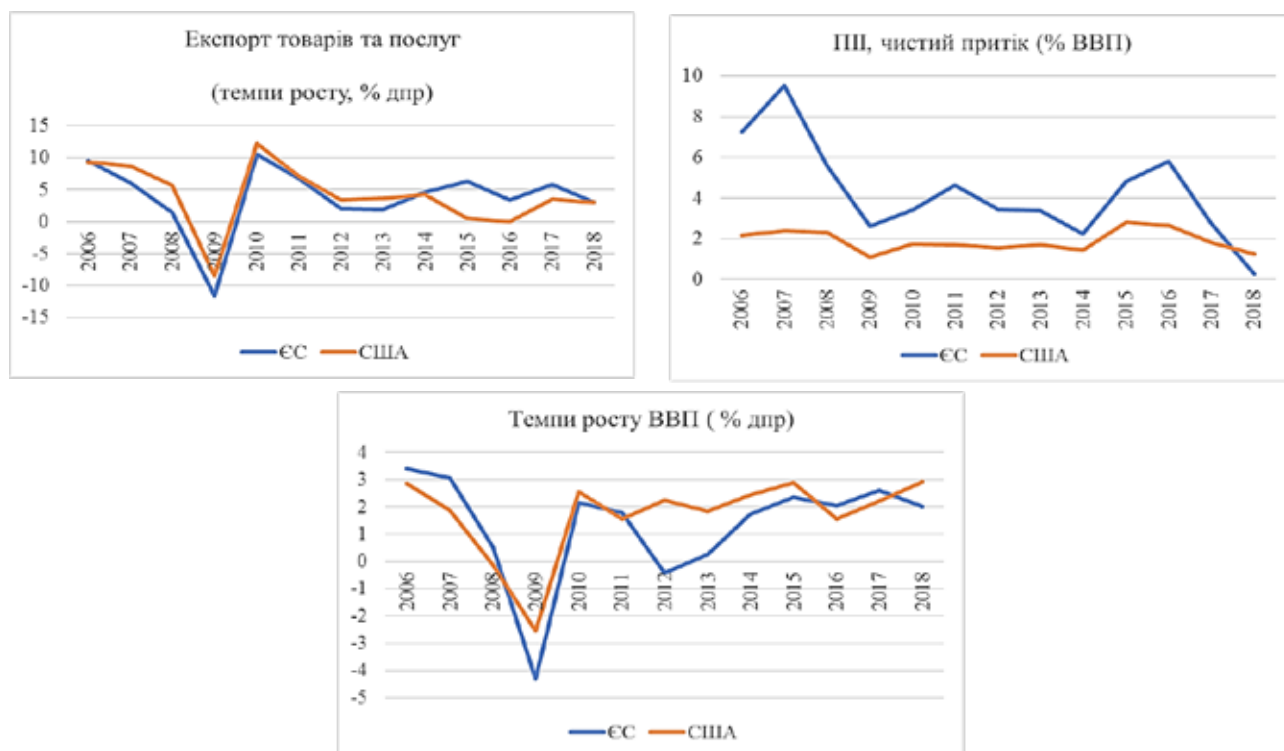


Рис. 1. Макроекономічна динаміка потенційних країн-учасниць ТТІП

Джерело: побудовано автором на основі WDI [12]

і як наслідок, скорочення ділової активності реального сектору, ПІІ до ЄС значно скоротилися [6]. В 2017-2018 рр., після періоду відновлення 2013-2016 рр. скоротилась кількість та вартість угод зі злиття та поглинання, що знайшло своє відображення в зменшенні притоку ПІІ до ЄС та США [7]. Цьому сприяла також переорієнтація потоку інвестицій в інші регіони світу (Південна Африка, Азія), країни яких демонстрували вищі темпи економічного зростання та вищу доходність від вкладених коштів [8].

Просідання експорту товарів та послуг США в 2015-2016 роках переважно пояснюється відносним здороженням дол. США по відношенню до валют інших країн світу і відповідно падінням конкурентоспроможності товарів та послуг США [9].

Також темпи росту ВВП в ЄС в 2012 році перетнули нульову позначку вдруге після 2009 року та набули від'ємних значень через кризу суверенного боргу, втім падіння могло б бути ще більшим, якби не зростання ВВП Німеччини [10].

Ілюстрація зміни макроекономічної динаміки з позиції відкритості економіки країн США та ЄС є ще одним прикладом, чому ТТІП доки ще залишилось в минулому: високій ступінь схожості залишає мало можливостей для пошуку точок, де б економічні інтереси не перетиналися, конкуруючи один з одним, а взаємодоповнювали один одного. Додатковим аргументом на користь цього є те, що перемовини щодо створення ТТІП «провалилися» і через те, що сторони не змогли дійти згоди в тому

що стосується відкриття ринків сільгосп продукції, а також процедури державних закупівель [11].

На противагу попередньому прикладу, країни БРІКС, як розташовані в полярно різних географічних регіонах світу, що очікувано, не завжди демонструють таку єдність (Рис. 2).

Так, наприклад різниця в динаміці експорту товарів та послуг між ПАР та Індією в 2015 багато в чому можливо пояснити різницею в структурі товарного експорту. Так, Індія експортувала переважно сировинні товари та продукцію ІТ-сектору, Китай- трудомістку готову продукцію, фабричні товари, Росія- мінеральні ресурси, Бразилія- продукцію сільського господарства та тваринництва [13]. З плином часу, низькоякісна, низько-технологічна продукція та сировинна складова експорту поступово витіснялася високотехнологічною продукцією та капіталомісткими виробами, такими як продукція машинобудування [14].

Ще більш очевидною є різниця в зміні притоку ПІІ. Так, спостерігається загальна висхідна динаміка ПІІ в Бразилію, яка останніми роками є основним напрямом для інвесторів з США, Нідерландів, Німеччини, тощо, які інвестують в видобуток нафти та газу, машинобудування, фінансовий сектор, інформаційно-комунікаційні технології харчову промисловість тощо [6]. Це супроводжується оберненими процесами по іншим країнам об'єднання. ПІІ до Росії скоротилися в 2014 році через санкції ЄС на тлі анексії Криму та роздмухуванні сепаратистських тенденцій на

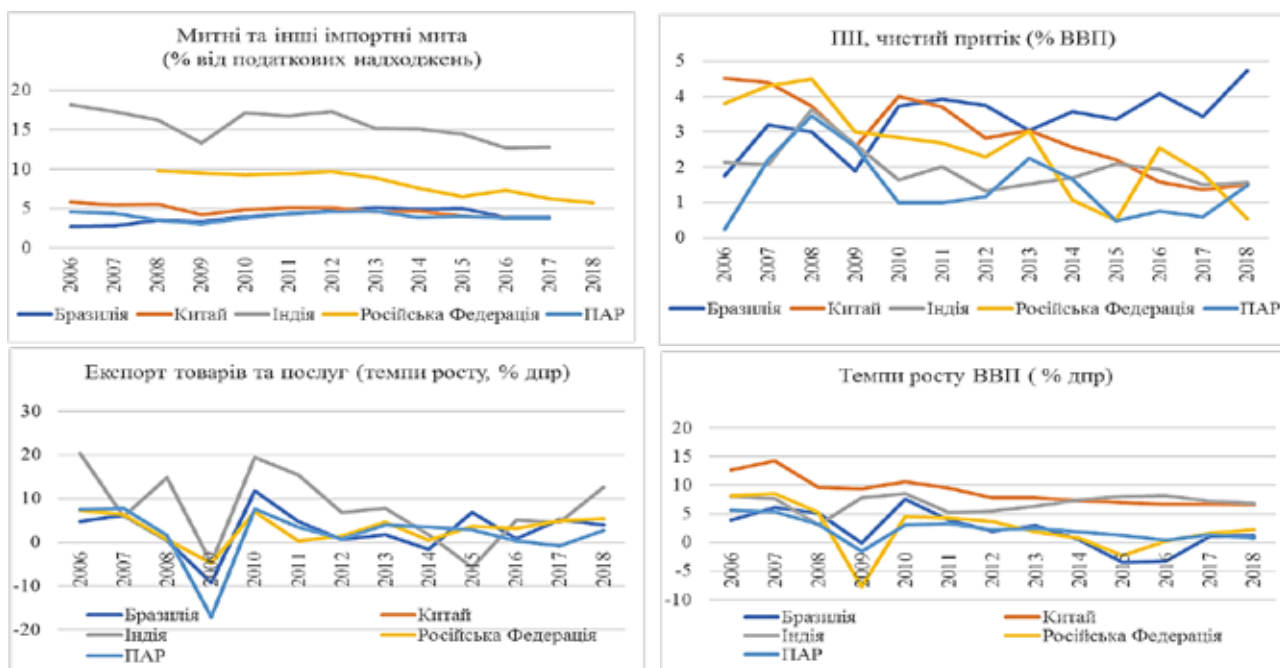


Рис. 2. Макроекономічна динаміка країн-учасниць БРІКС

Джерело: побудовано автором на основі WDI [12]

Сході України. Притік ПІІ у % до ВВП до Китаю уповільнювався в 2014-2017 рр., передусім через становлення Глобального Півдня та розгортання торговельних війн, в тому числі на чолі з Китаєм [15].

Незважаючи на різницю в зазначених показниках, теми росту ВВП є доволі порівняними, за винятком Китаю, який є беззаперечним лідером в виробництві в глобальних масштабах. Економічне скорочення РФ в 2015 р. пояснюється входом економіки країни в рецесію на фоні високого дефіциту бюджету через падіння світових цін на нафту [16]. Бразилія в 2015 р. теж увійшла в рецесію знову ж таки через падіння цін на енергетичні ресурси та внутрішню політичну кризу та втрату довіри з боку інвесторів [17].

Географічна розрізненість країн-учасниць партнерства робить мало ймовірним можливість створення глобальних виробничих мереж на його основі.

Рухаючись у бік більш масштабних мега-регіональних об'єднань, почнемо з найменш формального та проаналізуємо ШОС. До уваги будемо приймати тільки ті країни, які мають статус члена об'єднання: Китай, Киргизстан, Індію, Пакистан, Узбекистан, Казахстан, Російську Федерацію та Таджикистан. Об'єднуючи країни Центральної Азії та країни Півдня та Сходу Азії, що межують з ними: Китай та Індію, це об'єднання є, вочевидь, об'єднанням більш співставних економік. Це наочно видно на Рис. 3.

Значно вищі показники ПІІ у % від ВВП Киргизстану та Казахстану, поряд з відносно середніми темпами росту ВВП у % дпр, дозволяють

припустити, що саме ці країни все більшою мірою залучаються до глобальних ланцюгів створення вартості. Це припущення додатково можна підкріпити спостереженням щодо більш високих темпів росту експорту товарів та послуг.

Так, Казахстан запровадив низку реформ, в тому числі що стосується покращення інвестиційного клімату, та з успіхом завершив процедуру вступу до СОТ. Найбільший ризик складає висока енергетична залежність економіки країни – близько 30% ВВП [18]. Киргизстан є більш складним випадком: сировинна складова економіки переважно побудованій на видобуванні корисних копалин поряд з нестабільністю уряду та урядових політик та практик спричиняють надмірну волатильність ПІІ. Втім, Китай залишається основним інвестором до країни [19].

Додатково варто зауважити, що саме по цьому мега-регіональному об'єднанню починає спостерігатися скорочення в розривах між значеннями досліджуваних показників між 2006 та 2018 рр. Доволі велика площа, що охоплена об'єднанням, наявність транспортних коридорів, створює додаткові можливості до розвитку глобальних виробничих мереж.

Переходячи до розгляду більших за кількістю учасників та відповідно за економічним потенціалом МРУ [20] ВРЕП та ТТП, можна стверджувати що спостерігається ще більший ступінь синхронності та збіжності в розмірах коливання обраних показників в порівнянні з ШОС.

Втім в групі також спостерігається певна нерівномірність економічного потенціалу країн.

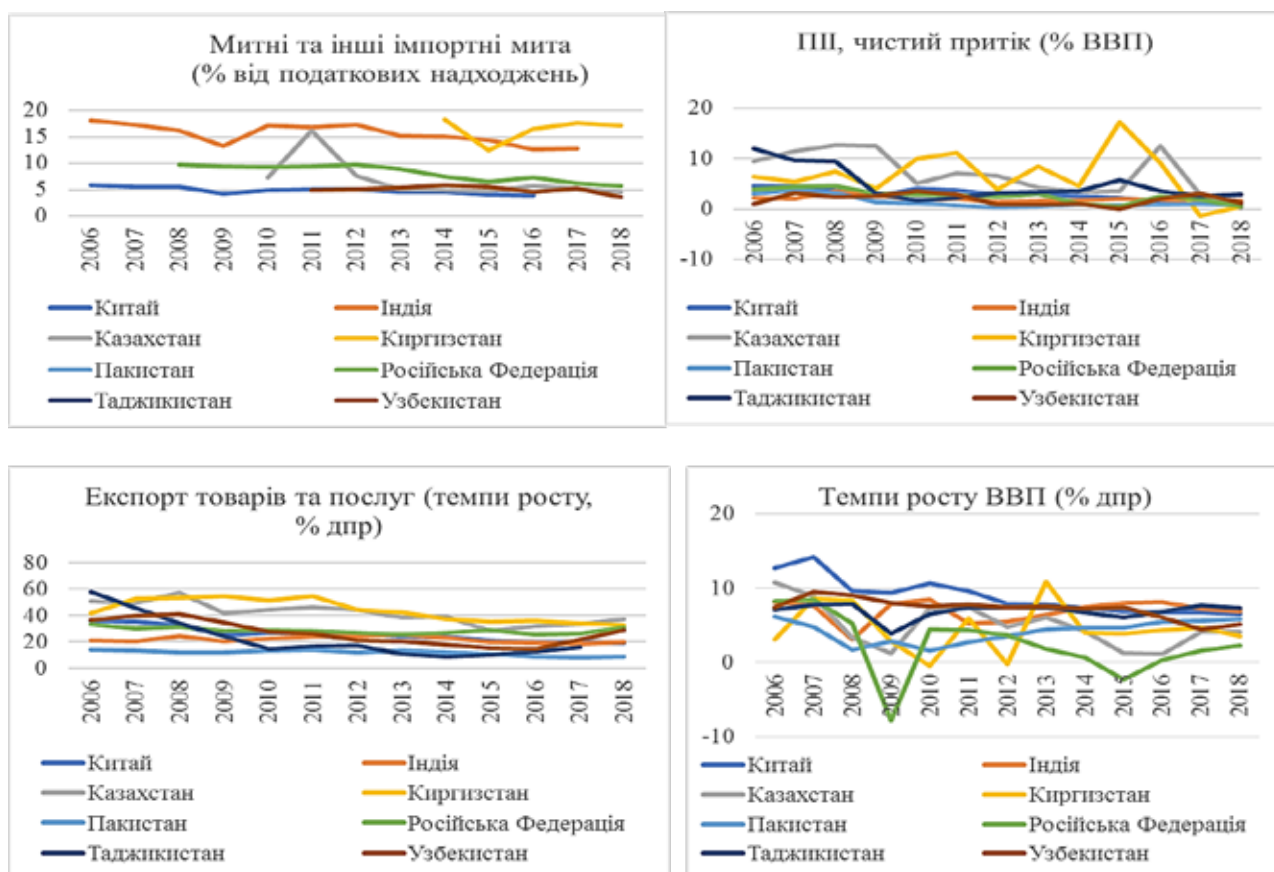


Рис. 3. Макроекономічна динаміка країн-учасниць ШОС

Джерело: побудовано автором на основі WDI [12]

Так, Сінгапур – Азійське економічне диво, завдяки пільговому податковому режиму та послідовній інвестиційно-спрямованій політиці уряду, відрізняється значно вищими розмірами ПІІ в економіку країни та високими темпами економічного зростання виміряних за допомогою ВВП. Інші країни групи дуже різняться за динамікою ПІІ (Рис. 4, ВРЕП). Якщо розрахувати середньоквадратичне відхилення ПІІ в % ВВП по обраних країнах, як міру коливань інвестиційної активності іноземних інвесторів, та ранжувати країни відповідно до цього показника, можливо виділити невеликі групи та пари країн зі схожими характеристиками: Південна Корея та Японія з загалом не дуже високою часткою ПІІ в ВВП та невисокими коливаннями; Китай та Тайланд з поступовим скороченням ПІІ в економіку країни по відношенню до ВВП; Індія, Індонезія, Австралія та Малайзія, М'янма, В'єтнам, Лаос зі схожими коливаннями притоку ПІІ.

За показником теми зростання експорту товарів та послуг умовно всі країни також можна поділити на декілька груп в межах об'єднання: країни з прискоренням темпів зростання експорту після 2008 року та поступовим скороченням притоку до 2015 та наступним зростанням (Тайланд, Малайзія, Індонезія, Індія, Камбоджа, Південна Корея); країни з переважно висхідною динамікою

темпів зростання експорту після 2009 року та доволі високими темпами росту загалом в 2018 році (Філіппіни, В'єтнам, М'янма) та країни з високим рівнем доходів на душу населення та переважно помірними темпами зростання експорту протягом всього періоду спостереження (Японія, Сінгапур, Австралія, Нова Зеландія).

Все це в кінцевому випадку означає, що країни об'єднання мають різний виробничий потенціал та, скоріш за все, покривають декілька глобальних мереж вартості. Більше того, до ВРЕП входять країни, які не пов'язані з іншими угодами про ЗВТ [21].

Відповідно, спостерігаються і внутрішньо-групові відмінності в зростанні ВВП. На теперішньому етапі така різноманітна та різноспрямована динаміка надає об'єднанню багато потенціалу для співпраці між країнами та робить об'єднання більш стійким за рахунок зниження вірогідності одночасної рецесії всіх її членів.

ТТП на відміну від ВРЕП являє собою сукупність країн з більш високим рівнем доходів на душу населення (на графіках ТТП довідково надані відомості по США, яка більше не є членом об'єднання), та за винятком В'єтнаму та Сінгапуру, як країн що стрімко розвиваються, межі коливання обраних показників вже в 2013 році є набагато вужчими ніж у випадку ВРЕП.

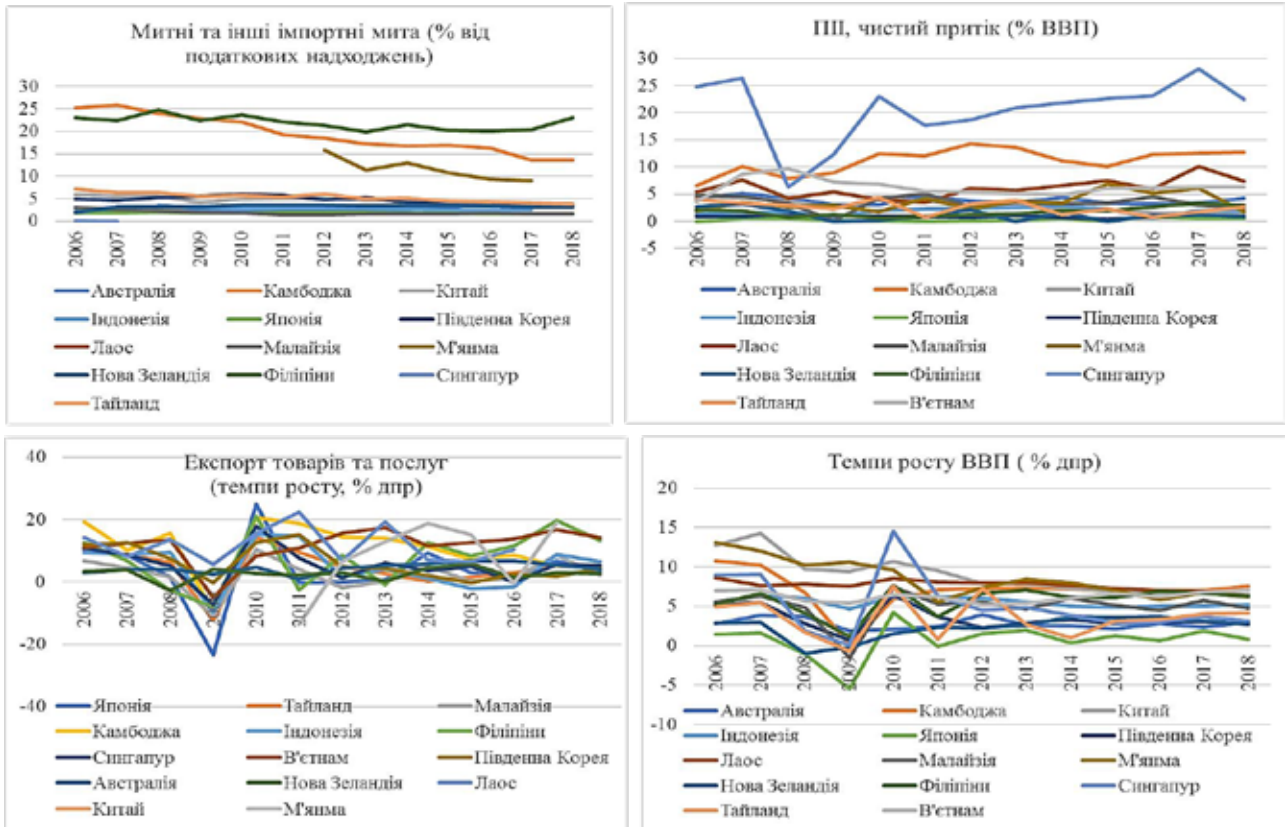


Рис. 4. Макроекономічна динаміка країн-учасниць ВРЕП

Джерело: побудовано автором на основі WDI [12]

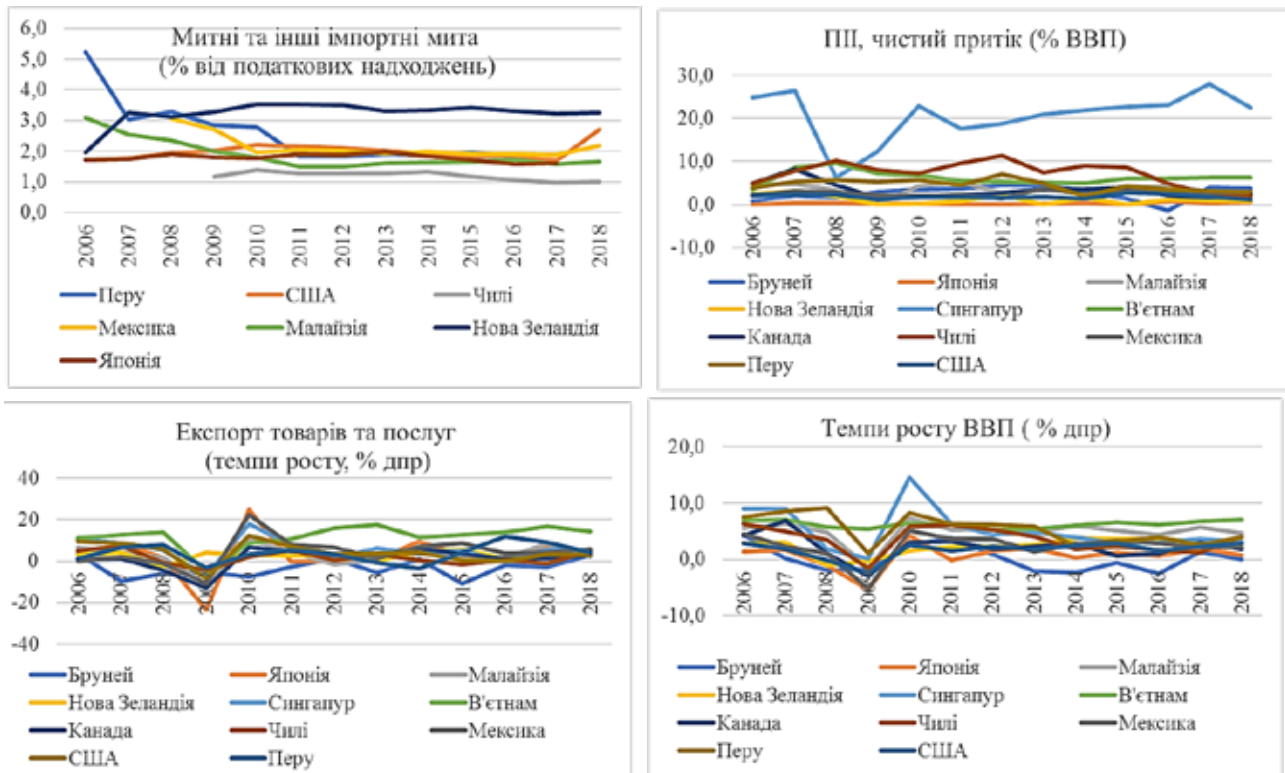


Рис. 5. Макроекономічна динаміка країн-учасниць ТТП

Джерело: побудовано автором на основі WDI [12]

Водночас, формально це друге після БРИКС та реально перше на рахунку мега-регіональне утворення до якого входять країни Північної та Південної Америки. Вочевидь, якщо розкласти кожен графік на дві частини, одна з яких представляє країни Північної та Південної Америки, а інша- решту країн-учасниць, то економічно це будуть дві різні групи країн. Перша група характеризується нижчими обсягами притоку ПІІ по відношенню до ВВП, нижчими темпами економічного зростання та нижчими темпами росту експорту товарів та послуг.

В цьому закладена диспропорція взаємовідносин, яка скоріш за все проявлятиметься у тому що країни американських континентів будуть виступати донорами капіталу та реципієнтами товарів вироблених в Азії.

Розглядаючи ступінь участі країн об'єднань в глобальних мережах вартості апроксимовану за рахунок показника ГЛВ UNCTAD-EORA (Рис. 6), ми можемо спостерігати однакову динаміку зміни досліджуваного показника по роках. Також наочно видно, що ВРЕП є найбільш однорідним об'єднанням, В ТТП водночас можна умовно поділити на три блоки країн відповідно до ГЛВ (більше 300 млрд. дол. США, 100-300 млрд. дол. США, менше 50 млрд. дол. США); ШОС є ще менш стабільним об'єднанням з цієї точки зору адже має два лідери Китай та Російську Федерацію.

Загалом, з плином часу на противагу коливанням обраних макроекономічних показників, спостерігається поглиблення розбіжностей в участі членів МРУ в ГМСВ, що наразі свідчить на користь становлення країн-глобальних лідерів у виробництві.

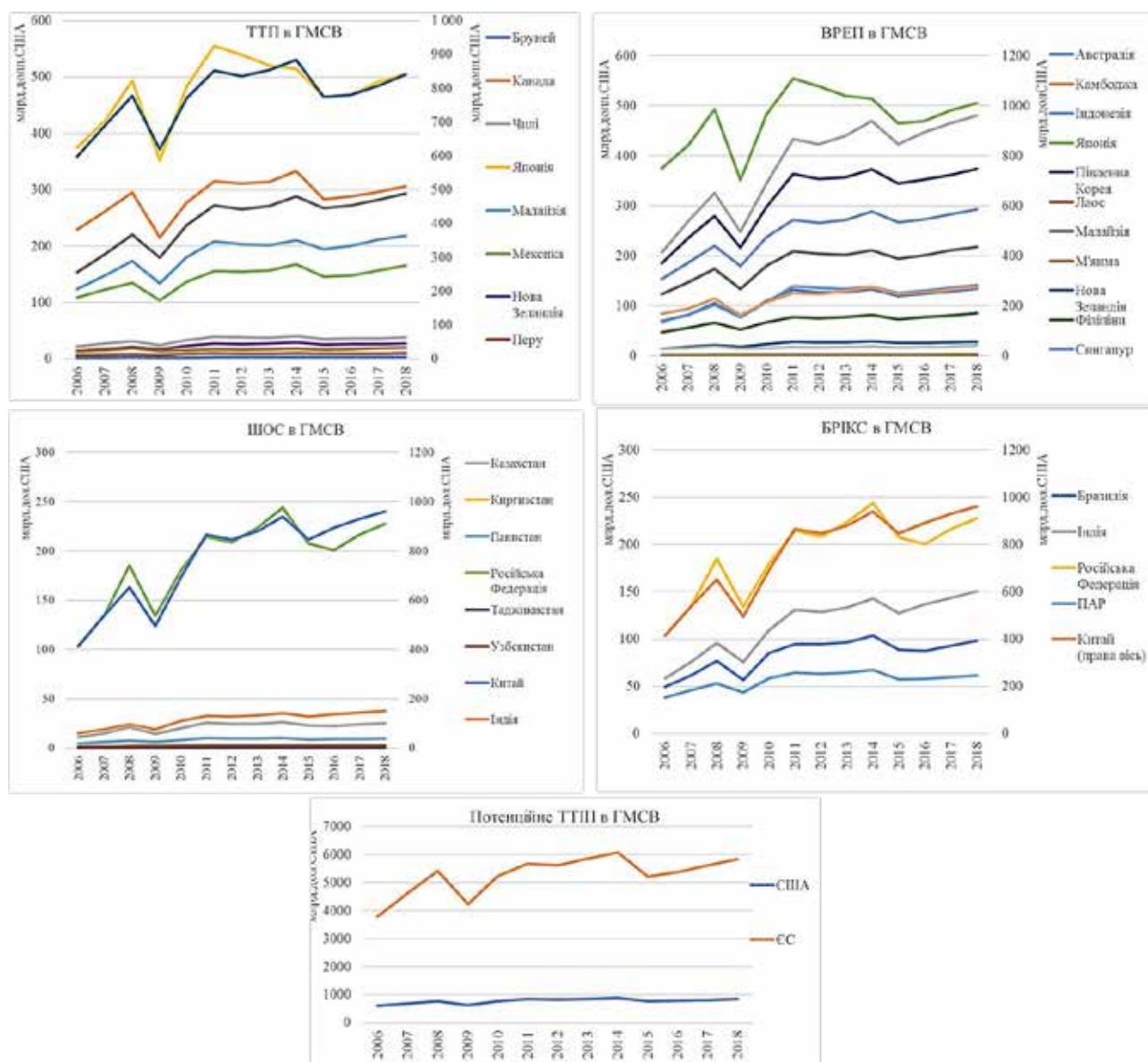


Рис. 6. Мега-регіональні угоди в ГМСВ

Джерело: побудовано автором на основі даних UNCTAD-Eora [21]

Висновки з проведеного дослідження.

В результаті розгляду найбільших МРУ (ТТП, ТТІП, ВРЕП, БРІКС, ШОС) на основі індикаторів, які використовуються в якості міри економічної відкритості та залученості економіки країн до ГМСВ, було показано, що ТТП та ВРЕП мають найбільші ознаки розвинених об'єднань з позиції потенціалу функціонування глобальних мереж вартості. ШОС, в свою чергу, об'єднує менші за розміром економіки, а БРІКС не є МРУ по суті, а лише партнерством, інтеграційна спроможність якого послаблена географічною відстанню між країнами-учасницями. Загальна висхідна динаміка ГМСВ супроводжується наростаючою збіжністю в досліджуваних макроекономічних явищах. Це дозволяє припустити, що саме розвиток ГМСВ буде призводити до збурень в досліджуваних показниках. Отримані результати можуть бути використані в подальшому моделюванні функціонування МРУ з позиції впливу ГМСВ з корегуванням на країнові та регіональні особливості об'єднань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Kobylianska, Alla V. Network Modes of Global Economic Governance in Conditions of Neo-Integration: Mega-Regional Unions and Global Value Networks. *Business Inform.* 2019. #11, P. 54–60. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-11-54-60> (дата звернення: 3.02.2020).
2. Ус І.В. Щодо особливостей зовнішньоекономічної політики України в умовах створення нових інтеграційних мега-блоків. Аналітична записка. 2014. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1553> (дата звернення: 3.02.2020).
3. Радзівська С. Регіональні об'єднання в глобальній економіці. *Міжнародна економічна політика*. 2018. № 2. С. 109-135.
4. Fukunari K. and Chen L. Implication of Mega Free Trade Agreements for Asian Regional Integration and RCEP Negotiation. *ERIA Policy Brief*. No. 2016-03.
5. Sunesen E., Jeppesen T. and Henriksen J. The World in Europe, global FDI flows towards Europe Intra-European FDI. 2018. URL: <https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/440/1525770844/esponfdi-08-main-report-intra-european-fdi.pdf> (дата звернення: 3.02.2020).
6. UNCTAD. Assessing the Impact of the Current Financial and Economic Crisis on Global FDI Flows. Geneva and New York: United Nations, 2009. URL: https://unctad.org/en/Docs/diaeia20093_en.pdf (дата звернення: 3.02.2020).
7. UNCTAD. World Investment Report 2018. 2018. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_overview_en.pdf (дата звернення: 3.02.2020).
8. UN. World Economic Situation and Prospects 2018. 2018. https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/WESP2018_Full_Web-1.pdf (дата звернення: 3.02.2020).
9. WTO. World Trade Statistical Review 2018. 2018. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf (дата звернення: 3.02.2020).
10. CNN. Europe dodges recession. 2012. URL: <https://money.cnn.com/2012/05/15/news/economy/europe-gdp/index.htm?iid=EL> (дата звернення: 3.02.2020).
11. Independent. TTIP has failed – but no one is admitting it, says German Vice-Chancellor Sigmar Gabriel. 2016. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/ttip-trade-deal-agreement-failed-brexit-latest-news-eu-us-germany-vice-chancellor-a7213876.html> (дата звернення: 3.02.2020).
12. World Bank. World Development Indicators. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (дата звернення: 3.02.2020).
13. Chen L. The BRICs in the Global Value Chain: An Empirical Note. *Cuadernos de Economía*. Vol. 31. no. 27. 2012. P. 221–239.
14. IDC. Export opportunities for South Africa in other BRICS economies. 2014. URL: <https://www.idc.co.za/wp-content/uploads/2018/11/IDC-RI-publication-Export-opportunities-for-SA-in-the-BRICS.pdf> (дата звернення: 3.02.2020).
15. BizLatinHub. 2019 Trends for foreign direct investment in Brazil. 2019. URL: <https://www.bizlatinhub.com/foreign-direct-investment-trends-brazil-2019/> (дата звернення: 3.02.2020).
16. Winning A., Fabrichnaya E., Kobzeva O. Russia to keep building up forex reserves as crisis fears linger. *Reuters*. 2015. URL: <https://www.reuters.com/article/russia-crisis-cenbank/update-2-russia-to-keep-building-up-forex-reserves-as-crisis-fears-linger-idUSL5N0YQ0ZA20150604> (дата звернення: 3.02.2020).
17. BBC. Brazil's recession worst on record. 2017. URL: <https://www.bbc.com/news/business-39193748> (дата звернення: 3.02.2020).
18. OECD. Investment Policy Reviews: Kazakhstan 2017. 2017. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264269606-6-en/index.html?itemId=/content/component/9789264269606-6-en> (дата звернення: 3.02.2020).
19. Holzacker H. and Skakova D. Kyrgyz Republic Diagnostic. 2019. URL: <https://www.ebrd.com/documents/policy/country-diagnostic-paper-kyrgyz-republic.pdf?blobnocache=true> (дата звернення: 3.02.2020).
20. Kobylianska, A., Litvin. A., & Potyshnyak O. Reformatting Global Economic Governance in Conditions of New, Mega-Regional Integration. *Adaptive Management: Theory and Practice. Economics*. 2019. Vol. 6(12). URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/152> (дата звернення: 3.02.2020).
21. La MR. RCEP Value Chains and Their Implications. 2018. URL: https://www.think-asia.org/bitstream/handle/11540/7931/КІЕР%20opinions_no126.pdf?sequence=1 (дата звернення: 3.02.2020).
22. UNCTAD. UNCTAD-EORA database. URL: <https://worldmrio.com/unctadgvc/> (дата звернення: 3.02.2020).

REFERENCES:

1. Kobylianska, A. V. (2019) Network Modes of Global Economic Governance in Conditions of Neo-Integration: Mega-Regional Unions and *Global Value Networks*. *Business Inform.* Vol. 11, pp. 54–60. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-11-54-60> (accessed 2 February 2020)
2. Us I.V. (2014) Shchodo osoblyvosti zovnishnoekonomichnoi polityky Ukrainy v umovakh stvorenia novykh intehratsiynykh meha-bloktiv [On peculiarities of external policy of Ukraine in conditions of creation of new integration mega-blocks]. *Analychna zapyska*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1553> (accessed 2 February 2020)
3. Radziivska S. (2018) Rehionalni obiednania v hlobalnii ekonomitsi [Regional unions in global economy]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*. No. 2. pp. 109-135.
4. Fukunari K. and Chen L. (2016) Implication of Mega Free Trade Agreements for Asian Regional Integration and RCEP Negotiation. *ERIA Policy Brief*. No. 2016-03.
5. Sunesen E., Jeppesen T. and Henriksen J. (2018) The World in Europe, global FDI flows towards Europe Intra-European FDI. URL: <https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publication-PDF/0/440/1525770844/espon-fdi-08-main-report-intra-european-fdi.pdf> (accessed 2 February 2020)
6. UNCTAD. (2009). Assessing the Impact of the Current Financial and Economic Crisis on Global FDI Flows (Geneva and New York: United Nations). URL: https://unctad.org/en/Docs/diaeia20093_en.pdf (accessed 2 February 2020).
7. UNCTAD. (2018) World Investment Report 2018. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_overview_en.pdf (accessed 2 February 2020).
8. UN. (2018) World Economic Situation and Prospects 2018. https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/WESP2018_Full_Web-1.pdf (accessed 2 February 2020).
9. WTO. (2018) World Trade Statistical Review 2018. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf (accessed 2 February 2020).
10. CNN. (2012) Europe dodges recession. URL: <https://money.cnn.com/2012/05/15/news/economy/europe-gdp/index.htm?iid=EL> (accessed 2 February 2020).
11. Independent. (2016) TTIP has failed – but no one is admitting it, says German Vice-Chancellor Sigmar Gabriel. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/ttip-trade-deal-agreement-failed-brexit-latest-news-eu-us-germany-vice-chancellor-a7213876.html> (accessed 2 February 2020).
12. World Bank. World Development Indicators. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (accessed 2 February 2020).
13. Chen L. (2012) The BRICs in the Global Value Chain: An Empirical Note. *Cuadernos de Economía*. Vol. 31. No. 27. pp. 221–239 (accessed 2 February 2020).
14. IDC. (2014) Export opportunities for South Africa in other BRICS economies. 2014. URL: <https://www.idc.co.za/wp-content/uploads/2018/11/IDC-RI-publication-Export-opportunities-for-SA-in-the-BRICS.pdf> (accessed 2 February 2020).
15. BizLatinHub. (2019) 2019 Trends for foreign direct investment in Brazil. URL: <https://www.bizlatin-hub.com/foreign-direct-investment-trends-brazil-2019/> (accessed 2 February 2020).
16. Winning A., Fabrichnaya E., Kobzeva O. (2015) Russia to keep building up forex reserves as crisis fears linger. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/article/russia-crisis-cenbank/update-2-russia-to-keep-building-up-forex-reserves-as-crisis-fears-linger-idUSL5N0YQ-0ZA20150604> (accessed 2 February 2020).
17. BBC. (2017) Brazil's recession worst on record. URL: <https://www.bbc.com/news/business-39193748> (accessed 2 February 2020)
18. OECD. (2017) Investment Policy Reviews: Kazakhstan 2017. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264269606-6-en/index.html?itemId=/content/component/9789264269606-6-en> (accessed 2 February 2020).
19. Holzacker H. and Skakova D. (2019). Kyrgyz Republic Diagnostic. URL: <https://www.ebrd.com/documents/policy/country-diagnostic-paper-kyrgyz-republic.pdf?blobnocache=true> (accessed 2 February 2020).
20. Kobylianska, A., Litvin, A., & Potyshnyak O. (2019). Reformatting Global Economic Governance in Conditions of New, Mega-Regional Integration. *Adaptive Management: Theory and Practice*. *Economics*, 6(12). URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/view/152> (accessed 2 February 2020).
21. La MR. (2018) RCEP Value Chains and Their Implications. URL: https://www.think-asia.org/bitstream/handle/11540/7931/KIEP%20opinions_no126.pdf?sequence=1 (accessed 2 February 2020).
22. UNCTAD. UNCTAD-EORA database. URL: <https://worldmrio.com/unctadgvc/> (accessed 2 February 2020).

DETERMINANTS OF ENHANCING EXPORT ORIENTATION OF UKRAINE'S SERVICES SECTOR

ДЕТЕРМІНАНТИ ПОСИЛЕННЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОСТІ СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

The article deals with the determinants of enhancing export orientation of the services sector in the post-industrial economy. Identification of priority directions of domestic services promotion on foreign markets is carried out based on a combinatorial approach by assessing trends in foreign trade of services in Ukraine and taking into account global trends in the development of the service economy. The article analyzes the current trends in the development of world trade in services, as well as calculates the positions of individual groups of countries in foreign trade in services. The geographical structure of domestic services export is analyzed. The contribution of certain types of economic activity in the formation of GVA is calculated. Reserves of enhancing the services export in the Ukrainian economy have been identified. It is substantiated, that in order to strengthen Ukraine's presence on the international services market, the priority is to activate the export potential of those sectors, which meet current trends in the service economy. Prospective directions of further scientific research are evaluation of instruments of domestic services promotion on foreign markets, including through the national brand development.

Keywords: services sector, export orientation, service economy, export promotion, post-industrial development.

В статті досліджено детермінанти посилення експортної орієнтованості сфери послуг в умовах становлення постіндустріальної економіки з огляду на випереджаючий розвиток сфери послуг як ключовий структурний тренд розвитку світової економіки протягом останніх десятиліть. Ідентифікація перспективних напрямів просування вітчизняних послуг на зарубіжних ринках здійснюється на основі комбінаторного підходу шляхом оцінки тенденцій зовнішньої торгівлі послугами в Україні та з урахуванням загальносвітових тенденцій розвитку сервісної економіки. Систематизація наукового доробку у даному напрямку вказує на те, що серед дослідників ведуться дискусії щодо перспектив розвитку третинного сектору у розрізі країн різним рівнем економічного розвитку. У статті проаналізовано сучасні тренди розвитку світової торгівлі послугами, а також розраховано позиції окремих груп країн у зовнішній торгівлі послугами. Проведено аналіз географічної структури експорту вітчизняних послуг. Оцінено тенденції торгівлі інформаційно-комунікаційними послугами. Розраховано внесок окремих видів економічної діяльності у формування ВДВ. Ідентифіковано резерви нарощення потенціалу сфери послуг в економіці України. Обґрунтовано, що для посилення присутності України на міжнародному ринку послуг пріоритетним є активізація експортного потенціалу тих галузей, які найбільшою мірою відповідають сучасним тенденціям розвитку сервісної економіки. Попри динамічний розвиток сфери послуг на світовому ринку до сих пір зберігаються численні та високі регуляторні бар'єри. Очевидно, його перспективи залежать від лібералізаційної політики країн та їх об'єднань. Особливо важливою у цьому контексті є діяльність СОТ, відповідно до якої програмою лібералізації ринків послуг передбачено усунення бар'єрів в транскордонній торгівлі, процесах руху капіталу та інших формах обміну послугами. Перспективними напрямками подальших наукових досліджень у цьому напрямі є оцінка інструментів просування вітчизняних послуг на зарубіжні ринки, у тому числі за рахунок розвитку національного бренду.

UDC 339.562

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-7>**Melnyk Tetiana**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Foreign Economic Activity of Enterprise Kyiv National University of Trade and Economics

Pugachevska Kateryna

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at the Department of Foreign Economic Activity of Enterprise Kyiv National University of Trade and Economics

фикация перспективных направлений продвижения отечественных услуг на зарубежных рынках осуществляется на основе комбинаторного подхода путем оценки тенденций внешней торговли услугами в Украине и с учетом общемировых тенденций развития сервисной экономики. В статье проанализированы современные тренды развития мировой торговли услугами, а также рассчитаны позиции отдельных групп стран во внешней торговле услугами. Проведен анализ географической структуры экспорта отечественных услуг. Рассчитан вклад отдельных видов экономической деятельности в формирование ВДС. Идентифицированы резервы наращивания потенциала мировой услуг в экономике Украины. Обосновано, что для усиления присутствия Украины на международном рынке услуг приоритетным является активизация экспортного потенциала тех отраслей, которые в наибольшей степени соответствуют современным тенденциям развития сервисной экономики. Перспективными направлениями дальнейших научных исследований в этом направлении является оценка инструментов продвижения отечественных услуг на зарубежные рынки, в том числе за счет развития национального бренда.

Ключевые слова: сфера услуг, экспортная ориентированность, сервисная экономика, экспорт-промоушн, постиндустриальное развитие.

У статті досліджено детермінанти посилення експортної орієнтованості сфери послуг в умовах становлення постіндустріальної економіки з огляду на випереджаючий розвиток сфери послуг як ключовий структурний тренд розвитку світової економіки протягом останніх десятиліть. Ідентифікація перспективних напрямів просування вітчизняних послуг на зарубіжних ринках здійснюється на основі комбінаторного підходу шляхом оцінки тенденцій зовнішньої торгівлі послугами в Україні та з урахуванням загальносвітових тенденцій розвитку сервісної економіки. Систематизація наукового доробку у даному напрямку вказує на те, що серед дослідників ведуться дискусії щодо перспектив розвитку третинного сектору у розрізі країн різним рівнем економічного розвитку. У статті проаналізовано сучасні тренди розвитку світової торгівлі послугами, а також розраховано позиції окремих груп країн у зовнішній торгівлі послугами. Проведено аналіз географічної структури експорту вітчизняних послуг. Оцінено тенденції торгівлі інформаційно-комунікаційними послугами. Розраховано внесок окремих видів економічної діяльності у формування ВДВ. Ідентифіковано резерви нарощення потенціалу сфери послуг в економіці України. Обґрунтовано, що для посилення присутності України на міжнародному ринку послуг пріоритетним є активізація експортного потенціалу тих галузей, які найбільшою мірою відповідають сучасним тенденціям розвитку сервісної економіки. Попри динамічний розвиток сфери послуг на світовому ринку до сих пір зберігаються численні та високі регуляторні бар'єри. Очевидно, його перспективи залежать від лібералізаційної політики країн та їх об'єднань. Особливо важливою у цьому контексті є діяльність СОТ, відповідно до якої програмою лібералізації ринків послуг передбачено усунення бар'єрів в транскордонній торгівлі, процесах руху капіталу та інших формах обміну послугами. Перспективними напрямками подальших наукових досліджень у цьому напрямі є оцінка інструментів просування вітчизняних послуг на зарубіжні ринки, у тому числі за рахунок розвитку національного бренду.

Ключові слова: сфера послуг, експортна орієнтованість, сервісна економіка, експорт-промоушн, постіндустріальний розвиток.

Problem statement. A key structural trend in the development of the global economy over the last decades is the advancing development of the service sector, which is a core feature of the post-industrial economy. Post-industrialization is the leader in economically developed countries, the share of the services sector of which has reached almost 75% of the value added generated in the economy, while in the least developed countries it is up to 50%. For Ukraine, the shifts that have taken place in the GDP structure since the declaration of independence are

also significant, as the share of the service sector in 1990 was 30% compared to 59.2% in 2018. However, despite its almost double increase, this level is still below the world average. In addition, by this indicator, Ukraine is close to developing countries with not the most dynamic economic development.

In the vast majority of countries in the world, the growth of the services sector is accompanied by decrease in the industrial sector. In this context, the results of a research conducted by the scientists of Razumkov Center, who found that since the

declaration of independence, the share of industry in Ukraine has decreased from 45% to 25.6% of GDP (including 14% of manufacturing). As a result, the process of post-industrialization in Ukraine is to a large extent not only a consequence of the advancing development of the services sector, but also of rapid de-industrialization under the influence of the loss of competitiveness in an open to foreign competition economy [4, p.24].

Analysis of recent research and publications.

Problems of development of services, theoretical and methodological foundations of services market are considered in the works of many scientists, in particular, K. Clark, S. Cohen, J. Schumpeter, V. Heitz, M. Skrypnichenko, V. Pyatnitsky V. Sidenko, T. Tsygankova, and others. However, prospective niches to enhance the export orientation of the domestic service sector remain poorly researched.

Formulation of purposes of the article. The purpose of the article is to analyze the determinants of enhancing export orientation of the service sector of Ukraine in the context of post-industrial development.

Research results. According to the methodology of national accounting, the production of services is limited to activities that are carried out by one institutional unit to provide benefits to another unit [8].

Due to their nature, services do not have guaranteed quality standards, and therefore services have a high degree of uncertainty. This fact puts the consumer at a disadvantage because he/she can evaluate the result of the service, its beneficial effect only after its provision; and for manufacturers in these conditions it is difficult to promote services [8].

The last decade has identified a number of important trends in structural change in world trade identified by the World Trade Organization, i.e. [5, p. 32]:

- anticipation of growth in trade in services: over the decade, trade in goods has increased by 32%, services by 64%;
- in the structure of world trade in services the highest growth rate of export of tourist and other commercial services (by 70%);
- the rapid growth of the computer services market, accounting for 72% of ICT services exports, reaching 353 billion USD;
- expansion of telecommunication services due to the fact that mobile communication is accessible to almost everyone (99.7 mobile numbers per 100 inhabitants in 2016);
- in the field of transport services, which had the highest growth rate up to 2008, there has been a downward trend since 2014 due to the availability of excess transport capacity;
- further expansion of global value chains in order to optimize the conditions of production of goods and services (value added of final suppliers – 29.2%, suppliers of production components – 70.8%, including service providers – 37.7%);

– introduction of new forms of organization of trade in services based on the use of digital technologies.

While in 1980-1990, services accounted for about a fifth of world trade, then in the last decade of the 20th century the rate of increase of their exports exceeded the rate of growth of export of goods. During 2000–2016, world exports of services increased by 25%, and the dynamics of changes in the structure of the economy and the technologies indicate a further expansion of demand for services and an intensification of their exchange in the world.

The role of individual countries and regions in the international services market is evidenced by their share in the world trade in services. In particular, the share of developed countries in the international services market decreased from 75.51% in 2000 to 67.92% in 2018, while the share of developing countries and transition economies increased significantly during this period (Table 1). Among the countries that have strengthened their position as exporters of commercial services, there are mainly Asian countries: China, Hong Kong, the Republic of Korea, Singapore, Taiwan, India, Thailand. At the same time, imports of services to developing countries are increasing as well, especially by affordable and inexpensive financial, computer and information services that tend to increase industrial productivity.

It should also be noted that exports of services from developed countries outweigh imports, however, in countries with transition economies and developing countries, imports of services generally outperform. Although the international exchange of services is mainly between developed countries, developing countries and transition economies are gradually increasing their participation in world exports of services.

The participation of an individual country in international trade in services depends on the sectoral structure of the national economy, its scientific and technical potential, innovative activity and the effectiveness of the institutional mechanism for stimulating and supporting exports. Since export revenues should cover the costs of imports, a stable proportion of exports/imports is essential for the sustainable development of the national economy, as well as support for those service sectors that have a significant impact on the competitiveness of national economy [3, p. 509].

In the geographical structure of export of services in Ukraine during the period of 2005-2018, there was a decrease of the share of CIS countries from 43.7% to 31.80% (Table 2).

The share of the EU countries has increased substantially from 27.44% to 40.09%, partly due to the signing of the Association Agreement between Ukraine and the EU, the trade part of which is reflected in the creation of a Deep and Comprehensive Free

Table 1

Dynamics of foreign trade in services by groups of countries in the world 2010-2018

Group of countries	Years									
	2010		2012		2014		2016		2018	
	Value, billion USD	Share, %	Value, billion USD	Share, %	Value, billion USD	Share, %	Value, billion USD	Share, %	Value, billion USD	Share, %
Export										
World	3918.7	100	4529,9	100	5153,5	100	4879,3	100	5845,1	100
Developed countries	2723.8	69.51	3085.2	68.11	3534.7	68.59	3336.6	68.38	3969.7	67.92
Developing countries	1096.8	27.99	1319.8	29.13	1491.9	28.95	1435.7	29.43	1738.1	29.74
Transition economies	98.1	2.50	125.0	2.76	126.9	2.46	106.9	2.19	137.2	2.35
Import										
World	3823.9	100	4440.4	100	5070.3	100	4797.4	100	5603.6	100.00
Developed countries	2379.4	62.22	2644.5	59.56	2966.5	58.51	2853.3	59.48	3327.3	59.38
Developing countries	1322.4	34.58	1628.2	36.67	1919.6	37.86	1817.7	37.89	2118.2	37.80
Transition economies	122.2	3.20	167.6	3.78	184.2	3.63	126.5	2.64	158.1	2.82

Source: conducted by the authors based on data of the United Nations Conference on Trade and Development.

Table 2

Geographical structure of export of services of Ukraine in 2005-2018, %

Year	CIS countries	Europe	The EU countries	Asia	Africa	America	Australia
2005	43.70	29.03	27.44	9.21	1.12	7.40	0.11
2006	43.76	30.30	29.18	9.42	1.21	7.38	0.13
2007	38.86	33.43	31.62	9.95	1.33	8.41	0.17
2008	34.63	34.06	33.60	11.26	1.66	10.17	0.22
2009	37.78	28.99	29.86	11.48	1.62	11.03	0.31
2010	45.52	26.76	25.92	8.70	1.24	10.03	0.33
2010	45.60	27.19	26.16	8.49	1.14	9.69	0.31
2011	42.60	28.47	24.91	7.82	1.09	9.87	0.94
2012	41.22	27.99	26.60	8.91	1.17	10.13	1.64
2013	40.85	34.31	29.48	10.03	1.07	11.11	0.55
2014	35.02	38.46	34.65	11.72	1.14	10.79	0.62
2015	36.41	36.17	30.07	11.51	1.49	11.65	0.93
2016	37.78	35.46	30.45	11.70	1.27	11.48	0.38
2017	35.13	37.52	32.23	12.15	1.39	11.06	0.29
2018	31.80	40.09	34.20	12.73	1.39	11.50	0.24

Source: conducted by the authors on the basis of State Statistics Service of Ukraine.

Trade Area with the EU, that is a large-scale trade content agreements aimed at including liberalization of access to the market for services. At the same time, the share of services exports to the America remains quite significant taking into account share indicators (11.5% in 2018).

The majority of services are exported by domestic companies to the Russian Federation (28.67%), the USA (8.69%), Switzerland (7.69%), Germany (5.08%) and the United Kingdom (4.93%) (Table 3).

The high share of exports of financial services to Cyprus and the Virgin Islands reflects the need for domestic businesses to optimize their economic

activity by including local companies from countries with more liberal financial regulation in operating schemes, as well as the need for financing through attracting resources from international capital markets [1]. The major of the revenue from the export of services to Russia is formed by a profitable but highly specialized transportation segment related to the transit of hydrocarbons.

In terms of the structure of exported services (Table 4), transport services accounted for the largest share (50.28%), while telecommunications, computer and information services accounted for a rather high share (18.17%); material processing services

Table 3

Dynamics of geographical structure of export of services of Ukraine in 2010-2018, %

Country	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
The Russian Federation	41.93	38.47	36.70	36.94	30.71	31.22	31.19	31.89	28.67
The USA	4.93	5.00	5.12	5.09	5.97	6.84	7.27	7.92	8.69
Switzerland	3.57	5.77	3.80	7.15	7.23	7.91	6.86	7.07	7.69
Germany	2.79	2.90	3.24	4.78	5.84	4.64	4.95	5.03	5.08
The United Kingdom	4.56	4.83	5.12	5.29	5.73	5.68	4.69	5.46	4.93
Poland	0.76	0.93	1.00	1.53	1.76	1.87	2.24	2.77	3.01
Cyprus	3.28	2.87	2.98	2.84	4.00	2.58	2.42	2.57	2.73
UAE	0.58	0.40	0.60	1.69	1.92	2.10	1.73	2.08	2.21
Israel	0.54	0.78	0.89	0.98	1.12	1.48	1.71	1.77	1.73
Hungary	1.87	0.59	0.54	1.29	0.86	0.95	1.15	1.37	1.71
The Virgin Islands	1.48	1.73	2.02	2.02	1.43	1.80	1.77	1.26	1.29

Source: conducted by the authors based on State Statistics Service of Ukraine.

Table 4

Dynamics of the structure of export and import of services in Ukraine in 2010-2018, %

Service	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Export									
Services in processing of material resources	8.63	10.20	11.19	12.10	11.58	11.08	11.41	13.25	14.60
Repair and maintenance services, not elsewhere classified	3.66	4.51	4.27	2.46	2.59	1.97	2.35	2.28	2.08
Transport services	64.20	62.40	58.79	56.08	52.96	54.06	53.71	54.71	50.28
Travel related services	2.12	2.13	2.78	2.52	1.98	2.06	2.08	2.27	2.57
Building services	1.13	1.42	1.55	1.58	2.01	3.00	3.94	0.95	1.29
Insurance services	0.58	0.79	0.81	0.61	0.39	0.47	0.54	0.37	0.39
Services related to financial activities	3.99	2.20	1.76	2.37	1.93	1.96	0.84	0.69	0.92
Royalty and other services related to the use of intellectual property	0.35	0.32	0.40	0.68	0.85	0.52	0.30	0.27	0.37
Telecommunications, computer and information services	5.63	6.07	7.90	10.38	14.54	16.28	16.66	16.43	18.17
Business services	9.45	9.69	10.07	10.85	10.85	8.39	8.01	8.60	9.11
Services for individuals, cultural and recreational services	0.23	0.25	0.43	0.25	0.27	0.16	0.11	0.14	0.16
Government and government services	0.02	0.03	0.03	0.12	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Import									
Services in processing of material resources	1.50	2.81	2.55	0.15	0.80	1.15	0.10	0.05	0.04
Repair and maintenance services, not elsewhere classified	0.87	0.71	0.70	1.63	1.67	1.55	1.71	1.31	1.33
Transport services	21.49	25.45	25.77	22.46	21.60	20.88	18.57	22.15	23.22
Travel related services	6.39	7.41	8.56	9.02	10.69	10.82	11.32	14.52	15.70
Building services	1.95	2.45	3.88	3.49	2.32	0.73	1.15	1.95	0.92
Insurance services	2.06	1.96	2.38	2.23	1.32	1.34	2.23	2.35	1.24
Services related to financial activities	20.02	15.37	14.31	13.42	12.56	15.84	10.53	7.75	7.56
Royalty and other services related to the use of intellectual property	8.03	6.62	6.28	11.16	7.07	5.46	6.07	7.42	7.82
Telecommunications, computer and information services	5.55	6.16	6.86	9.26	8.03	9.93	7.89	7.74	7.49
Business services	18.80	18.99	16.29	18.82	15.60	13.02	15.27	15.12	21.99
Services for individuals, cultural and recreational services	3.59	3.84	3.36	0.45	0.16	0.15	0.13	0.38	0.19
Government and government services	9.76	8.22	9.06	7.89	18.18	19.13	25.02	19.27	12.50

Source: conducted by the authors on the basis of State Statistics Service of Ukraine

(14.6%) and business services (9.11%). State and government services account for the smallest share in the export structure.

The structure of imports is as follows: Ukraine has the greatest need for government and government services (12.5%), travel related services (15.70%) and other countries' transport services (23.22%). The smallest share in the structure of imports is occupied by services for processing of material resources (0.04%) and services to individuals, cultural and recreational services (0,19%).

It is worth noting that, despite the significant excess of exports over imports of services, there are a number of services that the country imports more than exports, and therefore, these services are in high demand; these are services related to travel, insurance, financial activities and use of intellectual property [6, p. 80].

To assess the impact of the service sector on the national economy, the structure of gross value added in 2010-2017 was calculated according to the system of national accounts (Table 5). The results indicate the contribution of agriculture and processing industry to the formation of GVA at 12.1% and 14.3%, respectively. In the services sector, the largest importance is in the wholesale and retail trade – 16.3%, transport – 7.6%, real estate transactions – 6.8%, public administration and defense – 6.5%.

The estimation of export orientation of the service sector of Ukraine revealed a very high level of it in the

field of computer programming, consulting and information services (53.53% in 2017), transport services (47.78%), postal and courier activities (47.06%). In 2018, nearly 184,000 of the Ukrainian programmers secured the export of IT products for 4.5 billion USD or 4% of GDP (for comparison in 2017 – 3.6 billion USD or 3.4% of the country's GDP). 20% of the world's leading companies in the field of mobile platform software development have offices in Ukraine, and over the period of 2014-2017, the amount of taxes paid by IT companies increased annually by 27% [9].

Given the constant technological and structural complication of production and intense competition in the global economy, it is expected that the demand for business services will continue to increase, contributing to its market expansion and increasing its competitiveness. The impact of STP on the development of the service sector remains high nowadays. New technologies, in particular information and communication, are most relevant to the specifics of the production of many services, and are therefore widespread in this field.

With the spread of the Internet, the market for services has gone beyond the real economy to the virtual space, a large volume of goods and services is being realized there, as well as contacts between producers and consumers.

In the future, the technological process is likely to keep a key role in expanding the service markets,

Table 5

Dynamics of the structure of gross value added in Ukraine at basic prices, %

Type of economic activity	Code	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Agriculture, forestry and fisheries	A	8.4	9.5	9.1	10.0	11.7	14.2	13.8	12.1
Mining and quarrying	B	6.7	7.6	6.7	6.3	5.7	5.6	6.5	7.0
Manufacturing industry	C	15.0	13.8	14.3	12.9	14.0	14.0	14.4	14.3
Supply of electricity, gas, steam and air conditioning	D	3.2	3.6	3.6	3.3	3.2	3.2	3.7	3.4
Water supply; sewerage, waste management	E	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4
Construction	F	3.7	3.5	3.2	2.9	2.7	2.3	2.3	2.6
Wholesale and retail trade	G	16.2	17.2	16.6	16.5	16.9	16.2	15.7	16.3
Transport, warehousing, postal and courier activities	H	8.7	9.2	8.2	8.1	7.3	8.0	7.8	7.6
Temporary accommodation and catering	I	0.9	0.9	0.8	0.8	0.7	0.7	0.8	0.7
Information and Telecommunications	J	3.5	3.4	3.6	3.8	3.8	4.3	4.4	4.4
Financial and insurance activities	K	6.4	5.2	5.0	5.2	5.1	4.0	3.2	3.2
Real estate transactions	L	6.1	6.2	6.9	7.4	7.2	7.3	7.2	6.8
Professional, scientific and technical activities	M	2.9	2.7	3.5	3.7	3.4	3.3	3.4	3.4
Administrative and support service activities	N	1.2	1.3	1.3	1.4	1.3	1.3	1.5	1.4
Public administration and defense; compulsory social insurance	O	5.2	4.8	4.9	5.3	5.7	5.6	6.1	6.5
Education	P	5.6	5.3	5.9	6.1	5.5	4.9	4.4	5.3
Health care and social assistance	Q	4.0	3.7	4.1	3.8	3.3	3.1	2.9	3.0

Source: conducted by the authors on the basis of State Statistics Service of Ukraine

differentiating their types, diffusing technological innovations. Diversification of services and improvement of their qualitative characteristics will be facilitated by a possible strengthening of the emphasis in the strategies of international companies on the restructuring of organizational and managerial models, improvement of labor force characteristics, since it is in the services sector that a particularly close dependence of the effect of new technologies and market success on quality and rational use of companies is observed.

The EU-Ukraine Association Agreement deals with Title IV "Trade and Trade-Related Issues" [8]. According to the provisions of the Agreement, there should be a gradual liberalization of trade in most services, except for the extraction and processing of nuclear materials, weapons and ammunition, international air transportation, audiovisual services [13, p. 7].

Transport services are leading in the structure of Ukrainian exports to the EU in 2018, and virtually all groups of services showed an increase in value compared to the previous year. Thus, the value of exports of transport services in 2018 amounted to 1.118 billion EUR, which is 2.2% more than in 2017. A significant share of Ukraine's exports also characterizes the following types of services :

- material resources processing services (26.5%);
- telecommunications, computer and information services (20.7%);
- business services (13.2%).

The provision of cross-border services under the terms of the Association Agreement will provide equal opportunities for access to national markets, leading to increased competition between providers of such services, which will benefit households by improving quality and reducing the cost to final user of a service.

In the context of Agreement between Ukraine and EU, Ukraine, by committing itself to the liberalization of the markets for computer services, postal and courier and telecommunication services, will be able to create a favorable competitive environment for the work of the providers of such services and to facilitate their cross-border movement. Compliance with the provisions of the Agreement will require the public sector to improve its regulatory policy in the markets for the above mentioned services. However, the state will be able to obtain some financial resources from the sale of radio frequency and number resources, as well as to benefit from the dynamic development of these sectors in the form of employment growth and tax revenues. At the same time, domestic regulatory authorities need to establish effective mechanisms and procedures for the interaction and exchange of experience with relevant European regulators. The provisions of the Agreement related to the regulation of temporary presence of individuals for commercial purposes are aimed at facilitating access to markets

and facilitating the movement of hired personnel for companies having branches or representative offices in the territory of Ukraine or the EU.

The gradual liberalization of the markets for international maritime transport, as well as road, rail and inward waterway transport will create conditions for increasing the level of competition in these markets, which, under other unchanged conditions, will lead to an increase in the quality of provision of appropriate services and an increase in investments in the development of appropriate infrastructure. It is extremely relevant for Ukraine given the existence of a transport corridor connecting the EU and Asia [14, p. 52]

Conclusions. Thus, it can be noted that opening up the Ukrainian market for business services will increase competition and, at the same time, simplify entry into the markets of the EU member states. Cooperation on international trade regulation at national and international level is a prerequisite for the sustainable development of the service sector.

Despite the dynamic development of services in the world market, there are still numerous and higher regulatory barriers to trade in goods. Obviously, its prospects depend on the policy of liberalization of states and their associations. Particularly important is the activity of WTO, where the program of liberalization of service markets provides the removal of barriers to cross-border trade, capital movements and other forms of exchange of services.

However, in our view, the long-term tendency for services to grow is significantly constrained, first of all, by achieving a very high share of services in the GDP of developed countries with fairly stable proportions of their economies within the three-sector model: the agrarian, industrial and services sectors. According to the OECD data, the share of the services sector in the G7 is 72%.

In order to strengthen Ukraine's presence on the international market for services, it is necessary to activate the export potential of those sectors that are most in line with current trends in the service economy. In this case, it is primarily about high-tech services, one of the promising areas of development of which is outsourcing. At the same time, the low level of R&D funding (0.17% in 2018) indicates an increasing threat to the state's innovation security. IT industry with a turnover of 4.5 billion USD ranked 2nd in exports of services and 3rd in exports of goods and services after agriculture and transportation sectors. Currently, offices of a number of foreign corporations, including Aricent, SAP, Boeing, Huawei, Ericsson Oracle, Siemens and Teleperformance, etc. are also located in Ukraine. The national transport system is relevant as well, which needs further integration into the European space, since the existing transit potential (except mainly pipeline transport) is not used to full extent, especially in the field of air and sea transport.

REFERENCES:

1. 60% eksportnykh operatsii prokhodiat cherez ofshory [60% of export operations go through off-shore]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/10/19/630267/> (accessed 10 December 2019).
2. Korablin S. (2017) Makroekonomichna dynamika Ukrainy: pastka syrovynnykh rynkiv [Macroeconomic dynamics of Ukraine: the trap of commodity markets]. Kyiv : Institute of Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine.
3. Melnyk T, Pugachevska K., Kudyрко L., Sevruk I. (2019) Promotion of Ukraine's export to China: priorities and institutional framework. *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 17(3), pp. 508-520 [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.40](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.40)
4. Sidenko V. (2017) Strukturni transformatsii u svitovii ekonomitsi: vyklyky dlia Ukrainy [Structural transformations in the global economy: challenges for Ukraine]. Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2017_svit_ecovom_Annotation.pdf (accessed 19 December 2019).
5. Sidenko V. (2018) Hlobalni strukturni transformatsii ta trendy ekonomiky Ukrainy [Global structural transformations and trends of Ukrainian economy]. Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/EP_18_1_37_uk.pdf (accessed 15 December 2019).
6. Skrypnychenko M. et al. (2015) Modeli identyfikatsii makroekonomichnykh dysbalansiv v Ukraini [Models for identification of macroeconomic imbalances in Ukraine]. Kyiv : Institute of Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine.
7. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 12 September 2019).
8. System of national accounts (2008) Available at: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna2008.asp> (accessed 11 December 2019).
9. Ukraine's IT industry secured \$ 4.5 billion in exports in 2018. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/01/31/644857/> (accessed 10 December 2019).
10. UNCTAD Statistics. Available at: <http://unctadstat.unctad.org/EN/> (accessed 10 December 2019).

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПОДОЛАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

INFLUENCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY ON OVERCOMING THE DISPROPORTION OF REGIONAL DEVELOPMENT

У статті досліджується диспропорційність розвитку регіонів України. На основі законодавчо закріпленої методики розраховано показники диференціації соціально-економічного розвитку регіонів за обсягами ВРП на душу населення, такі як розбіжність між найбільш благополучними і найбільш проблемними регіонами та коефіцієнт варіації. На основі отриманих результатів наголошено на зростанні диференціації регіонів за рівнем ВРП на душу населення та обсягами експорту на душу населення, незважаючи на децентралізацію влади та дію Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Зроблено висновки про те, що в умовах звуження внутрішнього ринку та поступової девальвації національної грошової одиниці перспективним джерелом економічного зростання як країни у цілому, так і окремих регіонів стає зовнішньоекономічна діяльність. Констатовано, що потенціал зовнішньоекономічної діяльності використовується не повною мірою.

Ключові слова: валовий регіональний продукт, диспропорційність розвитку, експорт, зовнішньоекономічна діяльність, коефіцієнт варіації, регіон.

В статье исследуется диспропорциональность развития регионов Украины. На основе законодательно закреплённой методики рассчитаны показатели дифференциации социально-экономического развития регионов по уровню ВРП на душу населения, такие как различие между наиболее благополучным и наиболее проблемным регионами и коэффициент вариации. На основе полученных результатов отмечен рост дифференциации регионов по уровню ВРП на душу населения и объёмам экспорта на душу населения, несмотря на децентрализацию власти и действие Соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом. Сделан вывод о том, что в условиях сужения внутреннего рынка и постепенной девальвации национальной денежной единицы перспективным источником экономического роста как страны в целом, так и отдельных регионов становится внешнеэкономическая деятельность. Констатируется, что потенциал внешнеэкономической деятельности используется не в полной мере.

Ключевые слова: валовой региональный продукт, диспропорции развития, экспорт, внешнеэкономическая деятельность, коэффициент вариации, регион.

УДК 339.5

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-8>

Наумов М.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії
та міжнародної економіки
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Naumov Maksym

O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

The problem of disproportionate development of regions does not lose its relevance in the modern world. Regional and structural imbalances of the Ukrainian economy inherited from the Soviet administrative command system were not overcome and only worsened during the period of market transformation. The transfer of resources and powers of national authorities to local governments, which began in Ukraine in 2014 as part of the decentralization of power, creates not only new opportunities to reduce the disparity in regional development, but also risks of its strengthening due to the lack of practical experience of such reform. The methodology for assessing regional development imbalances, which is established in Ukraine at the legislative level, consists in analyzing a set of indicators, among which the volume of gross regional product per person and the volume of exports of goods per person are of the greatest interest for the purposes of our study. Calculated in accordance with this methodology, the indicators of discrepancy between the most prosperous and the most problematic regions in terms of gross regional product and the coefficients of variation indicate a tendency to increase the regional disparity in recent years. In the context of the narrowing of the domestic market and the gradual devaluation of the national currency, foreign economic activity becomes a promising source of economic growth for both the country as a whole and individual regions. Theoretical conclusions about the advanced development of less developed regions of Ukraine due to increased exports to the European Union are not fully justified: the coefficient of variation has been decreasing only over the past two years and is significantly higher than in 2013. This situation shows that the potential of foreign economic activity is not being used properly. In this regard, it is necessary to pay attention to a certain inflexibility of domestic exporters: from year to year, Ukraine exhausts duty-free export quotas for certain commodity items and continues to supply the same goods, paying duties, while quotas for other items remain unused.

Key words: gross regional product, disproportion of development, export, foreign economic activity, coefficient of variation, region.

Постановка проблеми. Проблематика диспропорційного розвитку регіонів традиційно є предметом досліджень багатьох науковців, але вона не втрачає своєї актуальності й у сучасному світі. Політичні та економічні кризи в багатьох країнах зумовлені невдоволенням людей нерівномірним розвитком територій. Регіональні та структурні диспропорції української економіки, успадковані від радянської адміністративно-командної системи, не були подолані й лише загострилися в період ринкової трансформації. Передача ресурсів та повноважень від загальнодержавних органів влади органам місцевого самоврядування, яка розпочалася в Україні у 2014 р. в рамках децентралізації влади, створює не тільки нові можливості для зменшення диспропорційності розвитку регіонів, а й ризики її

посилення через відсутність практичного досвіду такої реформи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання диспропорційного розвитку регіонів знайшли висвітлення у працях вітчизняних та закордонних учених. В Україні над цією проблематикою працюють такі відомі фахівці, як З. Варналій, В. Геєць, Л. Гур'янова, Б. Данилишин, Т. Клебанова, Б. Лавровський, Д. Лук'яненко, А. Мокій, І. Сторонянська, В. Шевцова.

Повільні темпи відновлення економіки України протягом останніх років потребують додаткових наукових пошуків джерел економічного зростання як країни у цілому, так і окремих проблемних регіонів.

Постановка завдання. Метою роботи є обґрунтування можливостей подолання диспропорційності

розвитку регіонів України шляхом нарощування та реалізації експортного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Єдиною законодавчо закріпленою методикою оцінки диспропорцій регіонального розвитку в Україні є Постанова Кабінету Міністрів України «Про запровадження оцінки міжрегіональної та внутрішньорегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів» [2]. Згідно із цим документом, для виявлення диспропорцій у регіональному розвитку в Україні аналізується цілий комплекс показників. До них належать: обсяг валового регіонального продукту на одну особу, обсяг реалізованої промислової продукції на одну особу, обсяг валової продукції сільського господарства на одну особу (в порівняльних цінах), обсяг інвестицій в основний капітал на одну особу, обсяг виконаних робіт на одну особу, обсяг прямих іноземних інвестицій на одну особу, сума платежів і зборів (обов'язкових платежів) до бюджетів та державних цільових фондів, мобілізованих органами Державної податкової служби (без урахування бюджетного відшкодування податку на додану вартість) на одну особу, обсяг місцевих бюджетів без трансфертів (загальний і спеціальний фонди) на одну особу, обсяг експорту товарів на одну особу, розмір середньомісячної заробітної плати працівників, розмір заборгованості з виплати заробітної плати на одного працівника, рівень безробіття населення (за методологією Міжнародної організації праці) у віці 15–70 років, рівень забезпечення населення житлом, рівень злочинності в розрахунку на 10 тис населення, середній розмір пенсій, співвідношення чисельності пенсіонерів до середньооблікової чисельності працюючих.

Безпосередньою метою роботи не є детальний аналіз диференціації регіонів, тому в нашому дослідженні основну увагу зосередимо лише на двох показниках: валовому регіональному продукті на одну особу та обсязі експорту товарів на одну особу. Перший із них, на нашу думку, є інтегральним показником економічного розвитку регіону, другий – основним показником розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Згідно з вітчизняним законодавством, для проведення оцінки міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів використовують два методи [2]. Перший із них визначає розбіжності між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами, для чого застосовується формула 1:

$$C_i = \frac{X_{\max i}}{X_{\min i}}, \quad (1)$$

де C_i – величина диференціації i -го показника;
 $X_{\max i}$ – максимальне значення i -го показника серед визначених регіонів;

x – мінімальне значення i -го показника серед визначених регіонів.

За даними Державної служби статистики України, регіоном із найбільшим валовим регіональним продуктом у розрахунку на одну особу в 2017 р. було місто Київ (238 622 грн) [3]. Луганська область із показником 13 883 грн на одну особу виявилася найгіршим регіоном. Таким чином, розбіжність між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами становила 17,19.

Оцінка міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів за другим методом відбувається в три етапи. На першому етапі розраховується середнє значення показника за формулою 2:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n x_j, \quad (2)$$

де x_j – значення показника регіону;
 n – кількість регіонів.

На другому етапі визначається значення стандартного відхилення показників регіонів. Для цього застосовується формула 3:

$$C_B = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2}, \quad (3)$$

де різниця між x та \bar{x} становить абсолютне відхилення значення j показників регіонів.

Нарешті, на третьому етапі розраховується коефіцієнт варіації за формулою 4:

$$K_B = \frac{C_B}{\bar{x}} \quad (4)$$

Найбільш сучасні дані щодо валового регіонального продукту, які пропонує Державна служба статистики України на своєму сайті, стосуються 2017 р. Вони не враховують тимчасово окуповані території Автономної Республіки Крим, міста Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Таким чином, у 2017 р. даний показник розраховувався для 25 регіонів: 24 областей та міста Києва. Сумарний обсяг ВРП на душу населення, розрахований на основі даних Державної служби статистики, становить 1 579 301 грн, а отже, середнє значення ВРП на душу населення дорівнює 63 172,04 грн. Слід відзначити, що лише шість регіонів мають значення ВРП на душу населення вище середнього: Харківська, Запорізька, Київська, Дніпропетровська, Полтавська області та місто Київ.

Значення стандартного відхилення ВРП регіонів від середнього значення, за нашими розрахунками, становить 41 009,47, коефіцієнт варіації – 0,65.

Оцінити диспропорційність розвитку регіонів за допомогою наведених показників можна тільки у динаміці. Відповідно, потрібна база для порівняння. На нашу думку, для порівняння необхідно використати дані за 2013–2017 рр., адже у

2014 р. відбулася докорінна переорієнтація економіки України у зовнішній сфері на користь співпраці з країнами Європейського Союзу. У цьому ж році почала (хоча б частково) діяти Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами, з іншої сторони [5]. Згідно із цим документом, українські виробники отримали можливість експортувати продукцію до країн Європейського Союзу без сплати мит (у межах відповідних квот). Усе зазначене створило певні передумови для подолання структурних та регіональних диспропорцій, успадкованих Україною від Радянського Союзу. У 2014 р. також була окупована частина території України та розпочалися військові події, що істотно вплинуло на обсяги виробництва та кількість населення.

Результати розрахунків показників міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів у 2013–2016 рр. наведено в табл. 1.

На основі даних табл. 1 можна констатувати, що розбіжність між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами зросла більше ніж удвічі. Пояснення такого стрімкого зростання можна знайти сайті Державної служби статистики України [3]. У 2013–2016 рр. найбільш благополучним регіоном було місто Київ, а от найбільш проблемний регіон змінився. Чернівецька область займала останнє місце за обсягами ВРП на душу населення у 2013 р., а в 2014–2017 рр. на останньому місці опинилася Луганська область. Таким чином, стрімке зростання розбіжності між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами пояснюється соціально-економічними проблемами однієї області – Луганської. Розбіжність між Києвом та Чернівецькою областю в 2017 р. становила 7,57, що не так істотно відрізняється від показника 2013 р. (7,12) порівняно з розривом між Києвом та Луганською областю у 2017 р. Тим не менше диспропорційність зросла.

Середнє значення ВРП на душу населення зросло з 29 081,41 грн у 2013 р. до 63 172,04 грн у 2017 р. Звісно, ці дані не можуть свідчити про наявність (або відсутність) економічного зростання, оскільки для аналізу використано номінальні, а не реальні показники. Але порівняння

ВРП на душу населення окремих регіонів із середнім значенням дає змогу зробити висновок про динаміку диференціації, адже у 2013 р. вісім регіонів мали ВРП (у розрахунку на одну особу) більше, ніж у середньому, у 2014–2017 рр. – лише шість (за винятком 2016 р., коли сім регіонів мали ВРП більше середнього).

Нарешті, коефіцієнт варіації збільшився з 0,60 до 0,65, що також віддзеркалює наростання регіональної диспропорційності. Таким чином, усі показники свідчать про те, що протягом 2013–2017 рр. економічна диференціація регіонів України збільшилася.

За роки незалежності запропоновано значну кількість рекомендацій щодо подолання соціально-економічних диспропорцій регіонів. Наприклад, український економіст Л.Є. Сімків виділяє цілий комплекс завдань, реалізація яких необхідна для досягнення цієї мети [4, с. 127]. Одним із таких завдань є реальна оцінка регіонального потенціалу, що дасть змогу забезпечити ефективне його використання, нейтралізувавши слабкі сторони розвитку регіону та активізувавши сильні. Друге завдання, запропоноване автором, активно вирішується в Україні останніми роками. Його суть полягає у розробленні та прийнятті нормативних документів, які б не тільки регулювали регіональну політику, а й забезпечили її децентралізацію. Третє завдання передбачає визначення регіонами довгострокової стратегії соціально-економічного розвитку, а також розроблення та виконання програм регіонального розвитку з урахуванням можливостей кожного регіону. Проведення структурної перебудови регіонів, зокрема створення умов для розміщення виробництва в економічно відсталих регіонах, – це четверте завдання. П'яте завдання: розроблення та практична реалізація системи регіональних стимулів щодо створення умов для підвищення ефективності діяльності регіону шляхом більш повного використання його ресурсів. Інші рекомендації передбачають підвищення ділової та інноваційної активності на основі взаємодії органів місцевого самоврядування, промислових підприємств і економічно активного населення; підвищення інвестиційної привабливості регіону; забезпечення соціальної консолідації; посилення регіональної свідомості населення.

Таблиця 1

Показники міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів (за обсягами ВРП на душу населення)

Показник	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Розбіжність між найбільш благополучними і найбільш проблемними регіонами	7,22	8,82	14,47	13,45	17,19
Середнє значення показника «ВРП регіону на душу населення», грн	29081,41	32743,8	41897,6	50155,96	63172,04
Коефіцієнт варіації	0,60	0,64	0,64	0,66	0,65

Джерело: розраховано на основі [3]

На нашу думку, перспективним чинником подолання регіональної диспропорційності в Україні є зовнішньоекономічна діяльність. Як слушно зазначив президент Українського союзу промисловців і підприємців України, прем'єр-міністр України 2001–2002 рр. Анатолій Кінах, через стабільне скорочення населення нашої країни постійно звужується внутрішній ринок [1]. Додатковою перевагою експорту є відносна стабільність купівельної спроможності іноземних споживачів (основним торговим партнером України протягом останніх років є Європейський Союз), тоді як внутрішній попит істотно зменшується внаслідок девальвації гривні. Отже, стратегія економічного зростання, орієнтована на внутрішніх споживачів, має містити комплекс заходів щодо поліпшення соціально-демографічного становища в проблемних регіонах. Натомість економічне зростання за рахунок збільшення обсягів експортної продукції теоретично можливе вже сьогодні. До того ж найбільш проблемні регіони, які розташовані переважно в західній частині країни, отримали вигідне географічне становище за рахунок переорієнтації українського експорту з Російської Федерації на країни Європейського Союзу.

Для з'ясування впливу зовнішньоекономічної діяльності на диференціацію регіонів України нами розраховано розбіжність між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами за обсягами експорту на одну особу та коефіцієнт варіації (табл. 2).

Дані таблиці не дають змогу зробити однозначних висновків щодо змін у диференціації регіонів України за обсягами експорту на душу населення. Розбіжність між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами скорочувалася протягом 2013–2016 рр. (із 36,52 до 24,93) та збільшилася у 2017 р. до 36,09, що майже дорівнює вихідному значенню. Коефіцієнт варіації, навпаки, спочатку збільшувався (з 0,59 у 2013 р. до 0,96 у 2015 р.), а потім зменшувався (0,93 у 2016 р., 0,9 у 2017 р.).

Таким чином, прогнози щодо випереджального розвитку менш розвинених регіонів України за рахунок збільшення експорту до країн Європейського Союзу на разі повною мірою не виправдовуються: коефіцієнт варіації зменшується лише протягом останніх двох років та істотно перевищує показник 2013 р. Отримані результати жодною мірою

не ставлять під сумнів теоретичні висновки щодо перспективи подолання регіональних диспропорцій за рахунок нарощування експорту проблемними регіонами, а лише дають змогу констатувати недостатнє використання потенціалу зовнішньоекономічної діяльності окремими регіонами нашої країни. Зокрема, варто звернути увагу на певну негнучкість вітчизняних експортерів: із року в рік Україна вичерпує квоти безмитного експорту за певними товарними позиціями і продовжує постачати ці ж товари, сплачуючи мита, тоді як квоти за іншими позиціями залишаються невикористаними. Негативним є те, що швидше за інші використовуються безмитні квоти для товарів із низьким рівнем обробки і, як наслідок, низькою доданою вартістю. Так, за даними Українського клубу аграрного бізнесу, ще у квітні 2018 р. Україна вичерпала шість квот на безмитний експорт у рамках Зони вільної торгівлі з Європейським Союзом за такими товарами, як мед, солод та пшенична клейковина, оброблені томати, виноградний і яблучний соки, а також пшениця і кукурудза. Також була використана друга квартальна квота на експорт м'яса птиці і піврічна – на вершкове масло. Серед додаткових квот, виділених наприкінці 2017 р., у квітні 2018 р. були вже закриті чотири: на мед, оброблені томати, пшеницю і кукурудзу. На 95% вичерпано обсяги безмитних поставок на крупи і борошно [6].

Слід також пам'ятати, що скорочення диспропорційності розвитку регіонів може відбуватися не тільки за рахунок економічного зростання проблемних регіонів, а й унаслідок зменшення обсягів виробництва лідерами регіонального розвитку. У ситуації з Україною скорочення виробництва провідними регіонами може бути пояснене двома основними причинами. Перша – втрата контролю над частиною території. Це стосується, головним чином, Донецької області, яка займала п'яте місце за обсягами ВРП (у розрахунку на одну особу) до початку військових подій, а в 2015 р. посіла лише 21-е місце (що залишається незмінним до 2017 р.) [3]. Друга причина – скорочення обсягів експорту до Російської Федерації, яка свого часу була (а іноді й досі залишається) основним іноземним партнером для окремих регіонів України.

Висновки з проведеного дослідження. Економіка України характеризується значними диспропорціями у регіональному розвитку. Наприклад, обсяг ВРП на душу населення

Таблиця 2

Показники міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів (за обсягами експорту на душу населення)

Показник	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Розбіжність між найбільш благополучним і найбільш проблемним регіонами	36,52	32,87	32,44	24,93	36,09
Коефіцієнт варіації	0,59	0,93	0,96	0,93	0,90

Джерело: розраховано на основі [3]

найбільш благополучного регіону перевищує аналогічний показник найбільш проблемного регіону в 17,19 рази. Незважаючи на значну кількість обґрунтованих рекомендацій щодо вирішення зазначеної проблеми, протягом останніх років диференціація регіонів лише збільшується. У зв'язку із цим актуалізувалася потреба у знаходженні нових шляхів подолання регіональної диспропорційності. Одним із них є нарощування обсягів виробництва проблемними регіонами завдяки зовнішньоекономічній діяльності. Експортні поставки не відчують негативного впливу звуження національного ринку, девальвації гривні та інших чинників, які характеризують економіку України. Показники, розраховані на основі даних Державної служби статистики України, свідчать, що сама зовнішньоекономічна діяльність характеризується істотними диспропорціями, а отже, на даному етапі не сприяє зменшенню диференціації регіонів. Відповідно, на даному етапі в Україні не повною мірою використовується експортний потенціал, і майбутні наукові дослідження мають бути присвячені пошуку шляхів його реалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кінах А. Без людей немає майбутнього. *Дзеркало тижня*. 2017. № 45. URL : https://dt.ua/macrolevel/bez-lyudey-nemaie-majbutnogo-259099_.html (дата звернення: 31.01.2020).
2. Про запровадження оцінки міжрегіональної та внутрішньорегіональної диференціації соціально-економічного розвитку регіонів : Постанова Кабінету Міністрів України від 20 травня 2009 р. № 476. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/476-2009-п/> (дата звернення: 31.01.2020).
3. Регіональна статистика. *Державна служба статистики України* : вебсайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 26.12.2019).
4. Сімків Л.Є. Проблеми диспропорційного розвитку регіонів України та шляхи їх подолання. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 122–128.
5. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським

співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. 2014. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/476-2009-п/> (дата звернення: 31.01.2020).

6. Україна закрила 6 квот на безмитний експорт до ЄС. *Український клуб аграрного бізнесу* : вебсайт. URL : http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/ukraina_zakrila_6_kvot_na_bezmitniy_eksport_do_es# (дата звернення: 31.01.2020).

REFERENCES:

1. Kinakh, A. (2017), Bez liudej nemaie majbutn'oho [There is no future without people], *Dzerkalo tyzhnia*, [Online], vol. 45, available at: https://dt.ua/macrolevel/transformaciya-vugilnih-regioniv-dosvid-dlya-ukrayini-309689_.html (Accessed 31 January 2020).
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2009), Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On implementation of an assessment of interregional and intraregional differentiation of social and economic development of regions”, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/476-2009-п/> (Accessed 31 January 2020).
3. The official site of the State Statistics Service of Ukraine (2019), Regional statistics, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 26 December 2019).
4. Simkiv, L. (2013), Problemy dysproportsijnoho rozvytku rehioniv Ukrainy ta shliakhy ikh podolannia [Problems of disproportionate development of Ukraine's regions and ways to overcome them], *Innovative Economy*, vol. 6, pp. 122-128.
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2014), “Association Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part”, available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (Accessed 31 January 2020).
6. The official site of Ukrainian Agribusiness Club (2018), Ukraine closed 6 quotas on duty-free exports to the EU, available at: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/ukraina_zakrila_6_kvot_na_bezmitniy_eksport_do_es# (Accessed 31 January 2020).

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

TREND ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY

УДК 339.13.01:338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-9>**Шикіна О.В.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет

Лисецька К.В.

студент
Одеський національний економічний
університет

Shykina Olga

Odesa National Economics University

Lisetskaya Karina

Odesa National Economics University

У статті досліджено готельну індустрію світу. У 2019 р. по всьому світу налічувалося понад 700 тис готелів і курортів із більше ніж 16,4 млн готельних номерів. За період 2008–2018 рр. проаналізовано динаміку рівня завантаження готелів, показника ціни за номер (ADR) та показника виручки номерного фонду за один номер (RevPAR). За досліджуваний період у середньому щорічно у регіоні Азія рівень завантаження готелів становив 67,47%, у Європі – 66,64%, у регіоні Середній Схід та Африка – 62,28%, у регіоні Америка – 60,98%. У 2008–2018 рр. показник середньої ціни за номер (ADR) становив у середньому щорічно у регіоні Середній Схід та Африка – 149,05 дол. США, у Європі – 125,56 дол. США, у регіоні Азія – 112,52 дол. США, у регіоні Америка – 114,10 дол. США. У 2008–2018 рр. показник виручки номерного фонду за один номер (RevPAR) у середньому щорічно у регіоні Середній Схід та Африка – 92,22 дол. США, у Європі – 85,04 дол. США, у регіоні Азія – 75,77 дол. США, у регіоні Америка – 68,93 дол. США.

Ключові слова: показники функціонування готельного господарства, коефіцієнт використання місткості, ADR, RevPAR, міжнародна готельна індустрія, тенденції, макро-регіони світу.

В статье исследована гостиничная индустрия мира. В 2019 г. по всему миру насчитывалось более 700 тыс. отелей и курортов с более чем 16,4 млн гостиничных номеров. За период 2008–2018 гг. проанализирована динамика уровня загрузки гостиниц, показателя цены за номер (ADR) и показателя выручки номерного фонда за один номер (RevPAR). За исследуемый период в среднем ежегодно в регионе Азия уровень загрузки гостиниц составлял 67,47%, в Европе – 66,64%, в регионе Средний Восток и Африка – 62,28%, в регионе Америка – 60,98%. В 2008–2018 гг. показатель средней цены за номер (ADR) составлял в среднем ежегодно в регионе Средний Восток и Африка – 149,05 дол. США, в Европе – 125,56 дол. США, в регионе Азия – 112,52 дол. США, в регионе Америка – 114,10 дол. США. В 2008–2018 гг. показатель выручки номерного фонда за один номер (RevPAR) в среднем ежегодно в регионе Средний Восток и Африка составлял 92,22 дол. США, в Европе – 85,04 дол. США, в регионе Азия – 75,77 дол. США, в регионе Америка – 68,93 дол. США.

Ключевые слова: показатели функционирования гостиничного хозяйства, коэффициент использования вместимости, ADR, RevPAR, международная гостиничная индустрия, тенденции, макрорегионы мира.

The article explores the hotel industry in the world. There were more than 700,000 hotels and resorts worldwide in 2019, with more than 16.4 million hotel rooms. For the period 2008–2018, dynamics of hotel occupancy rate, average daily room rate (ADR) and revenue per available room per day (RevPAR) were analyzed. Over the study period, the average hotel occupancy rate in the Asia region annually was 67.47%, in Europe – 66.64%, in the Middle East and Africa region – 62.28%, in the Americas region – 60.98%. During the period under review, across all regions, there were two periods of rapid decline in hotel occupancy rates – in 2009 and 2018. In 2008–2018, the average daily room rate (ADR) in the Middle East and Africa annually was \$ 149.05, in Europe was \$ 125.56, in Asia was \$ 112.52, and in the region of America was \$ 114.10. Within monitoring ADR in all regions were observed increasing in 2009, and in 2014 there was a tendency for an overall decline, which extended in 2015. In 2008–2018, the average revenue per available room per day (RevPAR) annually in the Middle East and Africa region was \$ 92.22, in Europe – \$ 85.04, Asia – \$ 75.77, in region of America – \$ 68.93. The total value of the accommodation industry is estimated at \$ 570 billion. More than 173 million people were employed in the hotel sector. The country with the highest ADR (\$ 308 per night) is Switzerland, the city of Geneva. In London, ADR increased in 1.4% to £ 150.90. The average hotel occupancy rate in the UK (76 %) is higher than in USA (66.2 %). Approximately 41% of travelers book hotel rooms for business trips. 40% of business travelers stay for one night only, paying an average of \$ 143 per room. 69% of business travelers book their flights and accommodation on their own, because employees prefer to choose their own flight time and desired hotel. Half of travelers with a leisure purpose stay only for one night, but they get a lower rate per room, with an average of \$ 123. In the last few years, the concept of green living in the environment has grown tremendously and the hotel industry is no exception. 58% of travelers chose their hotel based on whether the hotel is eco-friendly.

Key words: indicators of hotel activity, hotel occupancy rate, ADR, RevPAR, international hotel industry, trends, macro-regions of the world.

Постановка проблеми. Міжнародна готельна індустрія охоплює чотири основні макрорегіони: Європа, Азія, Америка і Середній Схід та Африка. Вони по-різному реагують на глобальне економічне становище, кризи, проявляють різну цінову політику та стратегії функціонування на ринку. Інтерес викликає дослідження регіонів за основними показниками функціонування готельного господарства та виявлення основних тенденцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями розвитку міжнародної готельної індустрії, питаннями статистичної аналітики, сучасного стану та тенденціями розвитку ринку готельних послуг світу займалися В.Г. Герасименко [1], С.С. Галасюк [1], Є.С. Менькова [2], К.І. Михайличенко [2], Є.І. Шевченко [2] та ін.

Постановка завдання. Таким чином, виникає необхідність розглянути діяльність готелів як у розрізі макрорегіонів світу, так і у розрізі окремих країн-лідерів за показниками функціонування (рівень завантаження готелів, показника ціни за номер (ADR) та показника виручки номерного фонду за один номер (RevPAR)).

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2019 р. по всьому світу налічувалося понад 700 тис готелів і курортів із більше ніж 16,4 млн готельних номерів. Загальна сума галузі засобів розміщення оцінюється у 570 млрд дол. Понад 173 млн людей було зайнято в готельному та мотельному секторах [7].

Лідуючою готельною мережею у світі на 2019 р. була Wyndham Hotel Group, яка має понад 9 157 об'єктів. Далі йдуть Choice Hotels

International, у якій понад 7 045 об'єктів, та Marriot International із 7 003 об'єктами.

Станом на 2019 р. готелем із найбільшою кількістю номерів у світі (7 500) визнано «Ізмайлове» в Москві. Але найближчим часом у Саудівській Аравії у місті Мекка буде збудовано готель «Абрадж Кудай» на 10 тис номерів.

Країною з найбільшою ADR (308 дол. за ніч) є Швейцарія, місто Женева. У Лондоні ADR виріс на 1,4%, до 150,90 фунтів стерлінгів. Середній рівень завантаження готелів у Великобританії дещо вищий (76%) порівняно зі США (66,2%).

У Пекіні (Китай) спостерігається найбільша кількість готелів – 4 169. А найбільша кількість п'ятизіркових готелів налічується у Лондоні (75 готелів), на другому місці опинився Дубай із 61 готелем. Загальна кількість п'яти- та чотиризіркових готелів у світі становить понад 4 400 одиниць [2].

У Дубаї туризм зростає, де наприкінці червня 2019 р. налічувалося 714 готелів зі 118 345 готельними номерами. Понад 15 млн відвідувачів вирушають у Дубай щороку. У Дубаї розташовані деякі з найрозкішніших готелів світу, включаючи «Бурдж Аль Араб», де королівський люкс коштує 24 тис дол. за ніч. Найбільший готель у Дубаї – це маркет JW Marriott Marquis Dubai, який має 1 608 номерів, понад 20 ресторанів та 72 поверхи. ADR становить 201 дол., що значно перевищує середнє за 10 років в ОАЕ [7].

У США понад 91 тис готелів та мотелів (із них більше 52 тис – готелі), що генерує понад 194 млрд дол. на рік, заданими IBISWorld. Номерний фонд становить приблизно 9 млн номерів, включаючи асортимент від бюджетних мотелів до готелів п'ять зірок. Загальна частка Американського континенту у світовій готельній сфері становить 37%. У 2018 р. у США спостерігалось збільшення на 669 466 номерів. У 2019 р. середня вартість номера у США становила 120,01 дол.

За останні п'ять років у США ринок мотелів демонстрував ріст на 4,4%. Середній показник завантаження мотелів у 2018 р. становив 68%. А загальний рівень завантаження у 2018 р. зріс на 5%, до 66,2%.

У США місто з найбільшою кількістю готелів – Лас-Вегас із номерним фондом у 150 тис номерів (найстаріший готель «Золоті ворота» було відкрито у 1906 р.), а Нью-Йорк займає друге місце з більше ніж 115 тис номерів. Найдорожчий готельний номер у США та й у цілому світі знаходиться у готелі The Palms Casino Resort у Лас-Вегасі: це люкс, створений за дизайном Дамієна Херста, що коштує 100 тис дол. за ніч.

ADR у США виріс зі 124 дол. у 2015 р. до 129,83 дол. у 2018 р. RevPAR становив 85,96 дол. США, що демонструвало зростання на 2,9% щорічно. Місто з найвищим ADR у США – South Beach Miami (245 дол. за ніч).

Середня сума за номер у готелі для бізнес-мандрівника у Нью-Йорку становить 422,82 дол. США за ніч, що робить Нью-Йорк найдорожчим містом для ділових поїздок у США.

Приблизно 41% мандрівників бронюють номери в готелях для ділових поїздок. 40% ділових мандрівників залишаються лише на одну ніч, платячи в середньому 143 дол. США за кімнату. 69% ділових мандрівників самостійно бронюють авіаквитки та готелі, тому що працівники вважають за краще самостійно вибирати час польоту та бажаний готель. Оскільки компанія покриває кошти, мандрівники з діловою ціллю не будуть, як правило, розшукувати акційні пропозиції та низькі ціни. Компанії мають тенденцію домовлятися про тарифи з певними готелями. Вони вибирають готелі, що розташовані поблизу до офісу, і не будуть занадто перейматися комфортом. З іншого боку, туристи, які шукають дозвілля, шукатимуть найкращу ціну і матимуть інший набір потреб, ніж ділові мандрівники [7].

Половина мандрівників для відпочинку залишається лише на одну ніч, але вони отримують більш низьку ціну за номер, у середньому 123 дол. США. Протягом останніх кількох років концепція екологічного зеленого життя відчула величезне зростання, і туристична галузь не є винятком. 58% мандрівників вибрали свій готель виходячи з того, чи має він екоорієнтовану концепцію. 7% людей заплатять додаткові 10–15 дол. США за ніч, якщо готель буде більш екологічним [1].

Усе більшого розвитку отримує бронювання проживання через мережу Internet. У табл. 1 наведено країни лідери за доходом від online-резервування. На першому місці опинилися США з прогнозом до 2022 р. збільшити розмір ринку online-резервування на 13 072,3 млн дол. США. Також у топ-10 країн увійшли Китай, Велика Британія, Німеччина, Франція, РФ, Японія, Іспанія, Бразилія та Канада.

Провідне місце у світовому готельному господарстві займає регіон Європа. На його частку припадає у середньому половина світового туристичного потоку, відповідно, і готельний фонд становить переважаючу частку (близько 45%) усього світового готельного фонду. Але не враховується той факт, що в європейських країнах велика питома вага припадає на відвідувачів, що переважно зупиняються в альтернативних засобах розміщення, наприклад у приватних квартирах, орендованих через airbnb [3; 4].

Спостерігається постійний розвиток готельного господарства у країнах Європи, не поступаючись лідерством іншим регіонам. Як підтвердження можна використати табл. 2, де наведено рівень завантаження світової готельної індустрії за 2008–2018 рр. за регіонами.

Рівень завантаження за регіонами світу розподілявся у 2018 р. так: на першому місці з

Online-резервування засобів розміщення у 2018 р., млн дол. США [6]

№	Країна	Розмір ринку у 2018 р.	Прогноз розміру ринку на 2022 р.
1	США	62 856,9	75 929,2
2	Китай	22 190,0	35 266,6
3	Велика Британія	8 669,3	10 189,6
4	Німеччина	8 616,6	9 910,1
5	Франція	7 252,9	8 638,1
6	РФ	5 792,0	9 305,6
7	Японія	5 554,7	7 569,7
8	Іспанія	4 324,1	5 359,9
9	Бразилія	4 275,2	6 320,2
10	Канада	3 644,4	4 455,1

Таблиця 2

Аналіз динаміки рівня завантаження готельної індустрії у світі за 2008–2018 рр., % [6]

Регіон	Роки											Тпр 08-18, %
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Азія	65,1	60,6	66,7	67,9	68,0	68,3	68,2	68,0	69,1	70,9	69,4	6,61
Середній Схід та Африка	69,6	61,3	61,3	56,8	60,3	61,0	63,4	63,2	61,2	62,1	64,9	-6,75
Європа	65,1	60,5	64,3	66,1	65,8	67,4	68,6	70,0	70,2	71,9	63,2	-2,92
Америка	60,6	54,7	57,8	60,1	61,4	62,2	64,3	65,1	65,0	65,6	54,0	-10,9

показником 69,4% опинився регіон Азія, де спостерігався позитивний темп приросту за період із 2008 по 2018 р. (+ 6,61%); регіон Середній Схід та Африка з показником 64,9% займав друге місце зі стрімким падінням рівня завантаження у 2018 р. порівняно з 2008 р. (-6,75%); Європа з показником 63,2% опинилася на третьому місці та теж потрапила до негативного темпу приросту в 2018 р. порівняно з 2008 р. (-2,92%); Америка займала четверте місце з показником 54,0%, і темп приросту показує найбільш суттєве падіння (-10,9%).

Азія тяжіє до лідерства у переліку. Так, у 2008 р., 2014–2017 рр. вона займала друге місце, у 2009–2013 рр. – перше місце і в 2018 р. знов очолила список. На підтвердження до вищенаведеного відзначимо, що за період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах Азії рівень завантаження готелів становив 67,47%, а в середньому щорічно показник зростав на 0,43%.

За аналізований період склалася тенденція, що регіон Америка стабільно займає останнє (2008–2010 рр., 2018 р.) та передостаннє (2011–2017 рр.) місце. За цей період у середньому щорічно в даному регіоні рівень завантаження готелів становив 60,98%, а в середньому щорічно знижувався на 0,66%.

Європа демонструвала поступове зміцнення своєї позиції серед регіонів світу за рівнем завантаження аж до 2018 р. Так, вона займала третє місце у 2008 р., піднялась до другого місця у 2009–2013 рр., очолила список у 2014–2017 рр. та знов опустилася до третього місця у 2018 р. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у

країнах Європи рівень завантаження готелів становив 66,64%. Незважаючи на вищенаведене, даний регіон демонстрував падіння у середньому щорічно на 0,19%.

Регіон Середній Схід та Африка демонстрував діаметрально протилежну позицію, тобто у 2008 р. займав перше місце, у 2009–2010 рр. опинився на третьому місці, у 2012–2017 рр. був на останньому місці і тільки у 2018 р. показав ріст до другого місця. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Середній Схід та Африка рівень завантаження готелів становив 62,28%. За досліджуваний період рівень завантаження готелів країн Середнього Сходу та Африки в середньому щорічно знижувався на 0,47%.

За досліджуваний період загалом по всіх регіонах спостерігалися два періоди стрімкого падіння рівня завантаження готелів – у 2009 та у 2018 рр.

Для подальшого аналізу діяльності світового готельного ринку звернемося до показника ADR (Average daily room rate) у табл. 3, де наведено показник середньої ціни за номер по регіонах світу.

Регіони світу за рівнем середньої ціни за номер розподілялися у 2018 р. так: найдорожчим був регіон Середній Схід та Африка з показником 140,97 дол. США, Європа з показником 139,42 дол. США займала друге місце, Америка з показником 130,4 дол. США опинилася на третьому місці, Азія займала четверте місце з показником 106,99 дол. США.

Регіон Середній Схід та Африка демонстрував першу позицію протягом 2008–2018 рр. ADR коливався від 108,05 дол. США (у 2008 р.) до

Таблиця 3

Аналіз динаміки показника середньої ціни за номер (ADR) готельної індустрії у світі за 2008–2018 рр., дол. США [6]

Регіон	Роки											Тпр 08-18, %
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Середній Схід та Африка	108,05	152,22	154,6	162,45	161,64	164,27	158,9	152,3	143,2	140,94	140,97	30,47
Європа	106,11	132,95	128,1	139,78	125,2	136,14	121,3	119,28	114,7	118,23	139,42	31,39
Америка	73,74	99,74	100,4	104,55	108,5	112,67	155,5	119,38	123,7	126,43	130,4	76,84
Азія	94,13	119,23	128,2	128,16	130,8	119,24	109,3	101,39	99,65	100,57	106,99	13,66

Таблиця 4

Аналіз динаміки показника виручки номерного фонду за один номер (RevPAR) готельної індустрії у світі за 2008–2018 рр., дол. США [6]

Регіон	Роки											Тпр 08-18, %
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Європа	69,13	80,46	82,31	92,43	86,27	91,75	83,2	83,45	80,51	85,01	100,92	45,99
Середній Схід та Африка	75,2	93,35	94,69	92,35	97,54	100,24	100,77	96,3	87,58	87,57	88,82	18,11
Америка	44,66	54,6	58,02	62,81	66,79	70,12	74,33	77,73	80,39	82,92	85,83	92,19
Азія	61,3	72,28	85,47	87,06	86,83	81,46	74,51	68,9	68,85	71,31	75,53	23,21

164,27 дол. США (2013 р.). Найбільше зростання ADR відбулося у 2009 р. по відношенню до попереднього року і становило 44,17 дол. США, або 40,87%. У 2018 р. порівняно з 2008 р. ADR даного регіону зріс на 30,47%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Середній Схід та Африка рівень середньої ціни за номер становив 149,05 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів країн Середнього Сходу та Африки в середньому щорічно збільшувався на 3,29 дол. США.

Європа коливалася між другим та третім місцями. Так, на другому місці вона опинялася у 2008–2009 рр., 2011 р., 2013 р., 2018 р. ADR коливався від 106,11 дол. США (2008 р.) до 139,78 дол. США (2011 р.). Найбільше зростання ADR здійснилося у 2009 р. по відношенню до попереднього року і становило 26,84 дол. США, або 25,29%. У 2018 р. порівняно з 2008 р. ADR даного регіону зріс на 31,39%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Європа рівень середньої ціни за номер становив 125,56 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів країн Європи в середньому щорічно збільшувався на 3,33 дол. США.

За аналізований період склалася тенденція заняття Америкою останнього місця (2008–2013 рр.) зі стрімким зростанням показника у 2014 р. порівняно з попереднім роком – +42,85 дол. США, або 38,03%. Так, із 2014 по 2017 р. Америка посідала друге місце, і, незважаючи на те що в 2018 р. знов продемонструвала ріст ADR (+3,97 дол. США), зайняла третє місце через аномальне зростання показника у регіоні Європа

в 2018 р. ADR коливався від 73,74 дол. США (2008 р.) до 155,52 дол. США (2014 р.). У 2018 р. порівняно з 2008 р. ADR даного регіону зріс на 76,84%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Америка рівень середньої ціни за номер становив 114,10 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів країн регіону Америка в середньому щорічно збільшувався на 5,67 дол. США.

Азія коливалася між другим та третім місцями з остаточним падінням до четвертого місця з 2014 по 2018 р. ADR коливався від 94,13 дол. США (2008 р.) до 130,8 дол. США (2012 р.). Найбільше зростання ADR відбулося у 2009 р. по відношенню до попереднього року і становило 25,1 дол. США, або 26,66%. У 2018 р. порівняно з 2008 р. ADR даного регіону зріс на 13,66%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Азія рівень середньої ціни за номер становив 112,52 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів країн Азії в середньому щорічно збільшувався на 1,29 дол. США.

За досліджуваний період загалом по всіх регіонах спостерігалось зростання показника ADR, особливо швидко це відбулося у 2009 р., а в 2014 р. спостерігалася тенденція до загального падіння, що знайшло подовження у 2015 р.

Далі розглянемо показник RevPAR (Revenue per available room per day) (табл. 4). Розподіл показника виручки номерного фонду за один номер світової готельної індустрії за 2008–2018 рр. за регіонами здійснювався нерівномірно. Так, Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонстрував загальну тенденцію до зниження після 2012 р.,

тоді як Американський та частково Європейський регіони були схильні до зростання [5].

Регіони світу за рівнем виручки номерного фонду за один номер розподілялись у 2018 р. так: найбільша виручка була у регіону Європа з показником 100,92 дол. США, Середній Схід та Африка з показником 88,82 дол. США займали друге місце, Америка з показником 85,83 дол. США опинилася на третьому місці, Азія займала четверте місце з показником 75,53 дол. США.

Європа у різні роки займала від першого до третього місця за показником виручки номерного фонду за один номер. Так, на першому місці Європа була у 2011 р. та 2018 р., на другому місці вона опинилася у 2008–2009 рр., 2013–2017 рр., а третє місце займала у 2010 та 2012 рр. RevPAR коливався від 69,13 дол. США (2008 р.) до 100,92 дол. США (2018 р.). Найбільше зростання RevPAR відбулося у 2018 р. по відношенню до попереднього року і становило 15,91 дол. США, або 18,71%. У 2018 р. порівняно з 2008 роком RevPAR даного регіону зріс на 45,99%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Європа рівень виручки номерного фонду за один номер становив 85,04 дол. США. За досліджуваний період RevPAR готелів країн Європи у середньому щорічно збільшувався на 3,18 дол. США.

Регіон Середній Схід та Африка демонстрував першу позицію протягом 2008–2010 рр., 2012–2017 рр. RevPAR коливався від 75,2 дол. США (2008 р.) до 100,77 дол. США (2014 р.). Найбільше зростання RevPAR відбулося у 2009 р. по відношенню до попереднього року і становило 18,15 дол. США, або 24,13%. У 2018 р. порівняно з 2008 р. RevPAR даного регіону зріс на 18,11%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Середній Схід та Африка рівень виручки номерного фонду за один номер становив 92,22 дол. США. За досліджуваний період RevPAR готелів країн Середнього Сходу та Африки в середньому щорічно збільшувався на 1,36 дол. США.

За аналізований період склалася тенденція, що регіон Америка займав останнє місце (2008–2014 рр.) та третє місце (2015–2018 рр.). Найбільший ріст показника RevPAR відбувся у 2009 р. порівняно з попереднім роком – +9,94 дол. США, або 22,25%. RevPAR коливався від 44,66 дол. США (2008 р.) до 85,83 дол. США (2018 р.) із більш-менш рівномірним щорічним зростанням. У 2018 р. порівняно з 2008 р. RevPAR даного регіону зріс на 92,19%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Америка рівень виручки номерного фонду за один номер становив 68,93 дол. США. За досліджуваний період RevPAR готелів країн Америка в середньому щорічно збільшувався на 1,42 дол. США.

Азія коливалася між третім та другим місцями з остаточним падінням до четвертого

місця за 2017–2018 рр. RevPAR коливався від 61,3 дол. США (2008 р.) до 87,06 дол. США (2011 р.). Найбільше зростання RevPAR відбулося у 2010 р. по відношенню до попереднього року і становило 13,19 дол. США, або 18,24%. У 2018 р. порівняно з 2008 р. RevPAR даного регіону зріс на 23,21%. За період із 2008 по 2018 р. у середньому щорічно у країнах регіону Азія рівень виручки номерного фонду за один номер становив 75,77 дол. США. За досліджуваний період RevPAR готелів країн Азії в середньому щорічно збільшувався на 1,42 дол. США.

За досліджуваний період загалом по всіх регіонах спостерігалось зростання показника RevPAR, особливо швидко це відбулося у 2009 р., а в 2014 р. спостерігалася тенденція до загального падіння, що знайшло подовження у 2015 р.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, розвиток світового готельного ринку носить позитивний характер зростання основних показників. Можна виділити такі тенденції:

- активне входження глобальних готельних мереж на національні ринки. Входження міжнародних компаній відбувається, як правило, у формі поглинання національних учасників ринку, чії активи недооцінені. При цьому найбільш активно цей процес розвивається в сегменті дешевих готелів;

- наростання конкуренції між глобальними готельними мережами і національними готельними мережами. Дана тенденція активно простежується на ринках Росії, країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону;

- позитивний вплив на розвиток інфраструктури туризму і сфери гостинності на національному рівні;

- розповсюдження форми online-бронювання засобів розміщення туристів призводить до перерозподілу джерел постачання споживачів; за прогнозами, свої ринки online-резервувань значно збільшать США, Китай, Велика Британія, Німеччина, Франція та ін.

Зміни на світовому ринку готельних послуг носять скоріше структурний характер, аніж залежать від циклічного розвитку світової економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Тенденции развития мирового туристического рынка. *Науковий вісник ОДЕУ*. 2007. № 12(46). С. 3–14.
2. Менькова Е.С., Шевченко Е.И., Михайличенко К.И. Анализ мирового рынка гостиничной отрасли. *Современные научные исследования и разработки*. 2019. № 1. С. 689–701.
3. Туризм у Європі. Європейська комісія. *Eurostat*: вебсайт. URL : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>. (дата звернення: 29.06.2019).
4. Шикіна О. В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Динаміка показників міжнародного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 27. С. 24–28.

5. Шикіна О. В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Тенденції розвитку європейського ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 5(268). С. 216–233.

6. Statista. *Статистичний портал* : вебсайт. URL : <http://www.statista.com/> (дата звернення: 25.01.2020).

7. Hotel industry statistics 2020. *Статистичний портал* : вебсайт. URL : <https://www.condorferries.co.uk/hotel-industry-statistics> (дата звернення: 25.01.2020).

REFERENCES:

1. Gherasymenko V. H. & Halasuk S.S. (2007) Tendencyu rozvytyja myrovogho turystycheskogho runka [World tourism market trends]. *Naukovyj visnyk ODEU*, no. 12 (46), pp. 3–14.

2. Men'kova E.S. & Shevchenko E.I. & Mihajlichenko K.I. (2019) Analiz mirovogo rynku gostinichnoj otrasli [Analysis of the global hotel market]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrobotki – Modern research and development*, no. 1, pp. 689-701.

3. Turyzm u Jevropi. Jevropejsjka komisija: Eurostat [Tourism in Europe. European Commission: Eurostat]. *statista.com*. Available at: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> (accessed 29 June 2019).

4. Shykina O.V. & Goncharenko Ja. Je. & Kozlovskij R. S. (2019) Dynamika pokaznykiv mizhnarodnogho turyzmu [Dynamics of indicators of international tourism]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, no. 27, pp. 24-28.

5. Shykina O.V. & Goncharenko Ja. Je. & Kozlovskij R. S. (2019) Tendenciji rozvytku jevropejskogho rynku ghoteljnykh poslugh [Trends in the development of the European hotel services market]. *Naukovij visnik Odes'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universitetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, 5 (268), pp.216-233.

6. Statista. *Statystychnyj portal* [Statista. Statistical portal]. *statista.com*. Retrieved from <http://www.statista.com/> [in English]. (accessed 25 January 2020).

7. Hotel industry statistics 2020. *Statystychnyj portal* Retrieved from <https://www.condorferries.co.uk/hotel-industry-statistics>. (accessed 25 January 2020).

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ 3D-ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ
PROBLEMS AND PROSPECTS OF 3D TECHNOLOGY MARKET
DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті визначено сфери теперішнього та майбутнього поширення 3D-технологій в Україні та світі. Автор проводить аналіз розвитку глобальних трендів 3D-технологій та обґрунтовує важливу роль адитивних технологій у прискоренні інноваційних перетворень у виробництві та наданні послуг. Визначено перспективні напрями розвитку ринку 3D-технологій в Україні, а саме: 3D-біопрінтинг (технологія створення об'ємних 3D-моделей із використанням живих клітин, за якого зберігаються функції та життєздатність клітин); фармацевтична галузь; авіа- та ракетобудування; автомобілебудування; масове друкування одягу та взуття; кулінарія; ювелірна галузь та ін. Проаналізовано стримуючі чинники для розвитку ринку 3D-технологій в Україні, а саме недостатність освітніх навичок, висока вартість устаткування, спеціальне програмне забезпечення, дефіцит матеріалів, валідація та дотримання стандартів якості. Автор пропонує можливі напрями сприяння розвитку ринку 3D-технологій та обґрунтовує пропозиції щодо вдосконалення його розвитку.

Ключові слова: ринок 3D-технологій, адитивні технології, Індустрія 4.0, конкурентоспроможність, промисловість.

В статті определены сферы настоящего и будущего развития 3D-технологий в Украине и мире. Автор проводит анализ развития глобальных трендов 3D-технологий и обосновывает важную роль аддитивных технологий в ускорении инновационных преобразований в производстве и предоставлении услуг. Определены перспективные направления развития рынка 3D-технологий в Украине, а именно: 3D-биопринтинг (технология создания объемных 3D-моделей с использованием живых клеток, при котором сохраняются функции и жизнеспособность клеток); фармацевтическая отрасль; авиа- и ракетостроение; автомобилестроение; массовое печатание одежды и обуви; кулинария, ювелирная отрасль и др. Проанализированы сдерживающие факторы для развития рынка 3D-технологий в Украине, а именно: недостаточность образовательных навыков, высокая стоимость оборудования, специальное программное обеспечение, дефицит материалов, валидация и соблюдение стандартов качества. Автор предлагает возможные направления содействия развитию рынка 3D-технологий и обосновывает предложения по совершенствованию его развития.

Ключевые слова: рынок 3D-технологий, аддитивные технологии, Индустрия 4.0, конкурентоспособность, промышленность.

УДК 338.3:[330.341.1:004.94](477)
<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-10>

Кушніренко О.М.

к.е.н., доцент,
старший науковий співробітник відділу
промислової політики
ДУ «Інститут економіки
та прогнозування
Національної академії наук України»

Kushnirenko Oksana

Institute for Economics and Forecasting
National Academy of Sciences of Ukraine

This article is devoted to the problems of the 3D technologies market development in Ukraine and all over the world. Then the author analyses the global trends of 3D technologies and argues the important role of additive technologies in accelerating innovative transformations of the manufacturing and provision of services. It was emphasized future directions for the 3D technologies market development in Ukraine, among them are 3D bioprinting (the technology of 3D-model construction using living cells, where functions and vitality are preserved) pharmaceutical industry (printing of drugs for individual needs); aircraft and rocket science; automotive industry; mass printing of clothes and shoes; culinary; jewellery industry and others. The author identifies constraints for the development of the 3D technology market in Ukraine, such as the lack of educational skills, high cost of printers, special software, shortage and high cost of printing materials, validation and compliance with quality standards. This allowed justifying propositions for promoting the development of the 3D technology market. Ukraine has its own strong points and advantages in 3d technology development which can be enhanced by successful adaptation to their effects. The author invites consideration of measures that would enable the Ukrainian 3D technology market to increase its effectiveness such as an effective dialogue between the public and the private sectors can provide important information inputs to shape public interventions seeking to promote innovation-based competitiveness; developing public private partnerships; support to national research on new materials and technologies for their processing; deregulated domestic financial markets, promoting co-financing and venture capital funds, build-operate-transfer schemes for the financing of infrastructure projects, and privatizing utilities; improvement the legal basis for venture capital financing. The benefits of 3D technology will have a multiplier effect on the whole economy, because their dissemination is a leap-globalized field of innovation, with extensive cooperation and competition between large and small companies, where innovation is constantly taking place.

Key words: 3D technology market, additive technologies, Industry 4.0, competitiveness, industry.

Постановка проблеми. Початок 2020 р. характеризується появою нових можливостей для всіх учасників глобальної економіки. Водночас не можна оминати й численні виклики: зростаючу нерівність, торговельні війни, технологічні розриви, кібератаки, зміни клімату, геополітичну невизначеність, глобальну міграцію, старіння націй та багато інших, які загрожують сталому соціально-економічному розвитку суспільства. Це підтверджують висновки Всесвітнього економічного

форуму в Давосі, однією з ключових тез якого було визнано підвищений ризик стагнації економічного та політичного розвитку багатьох країн. Відповідно до останнього звіту Форуму про глобальну конкурентоспроможність, світ знаходиться в економічній «переломній точці», пов'язаній зі стрімким розповсюдженням новітніх технологій у всі сфери суспільного життя та посиленням їхнього впливу [1; 4]. Для того щоб успішно реалізувати можливості, які відкриває глобальна діджиталізація та

виникнення й стрімке поширення пов'язаних із нею інноваційних трансформацій, зокрема адитивних технологій та технологій 3D-друку для всіх учасників економіки, необхідно спрямовувати ресурси та зусилля в безперервне продукування інновацій, створення нових розробок, формування нових цінностей та впровадження їх у виробництво та розповсюдження матеріальних благ. Особливо сильно відчувається вплив адитивних технологій на розвиток суспільних відносин та високотехнологічних галузей промисловості, де вони відкривають багато можливостей на всіх стадіях життєвого циклу виробництва: проектування, продукування, збут, маркетинг, післяпродажне обслуговування.

Сегмент 3D-технологій як процес широкого застосування в промисловості цифрових інформаційних технологій може стати тим інструментом, який трансформує поняття фізичної праці людини, поставивши на перший план творчу й розумову діяльність, а його поширення підвищить якість продукції, зменшить навантаження на навколишнє середовище, тобто в довгостроковій перспективі матиме не тільки економічні, а й соціальні ефекти. Україні, яка опинилася перед новими викликами, пов'язаними зі стрімким розвитком інформаційних технологій, українцям необхідно вивчати та застосовувати досвід країн-лідерів, щоб здійснити технологічний стрибок та зайняти гідне місце в системі міжнародних економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливості застосування технологій 3D-друку як перспективної світової тенденції привертають увагу як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Цьому питанню присвячено праці Д. Ріфкіна, К. Шваба, М. Коултера, Ч. Халла, С. Крампа, М. Хаммера, Т. Давенпорта, Дж. Шорта, Д. Чампі та ін. Важливий науковий внесок у розвиток і суттєве поглиблення окремих аспектів розвитку української промисловості в рамках поширення досягнень Індустрії 4.0 та 3D-технологій зокрема роблять такі українські вчені, як Г. Андрущук, А. Гречко, Д. Дубов, М. Ожеван, О. Юрчак та ін. Але багатогранність і комплексність проблематики потребує подальших науково-технічних і економіко-правових досліджень. З огляду на важливість цієї проблеми, теоретичні і практичні питання впливу даної технології на суспільний розвиток є актуальними, адже досі залишаються невирішеними окремі аспекти, що стримують розвиток ринку 3D-технологій в Україні та обґрунтування перспективних напрямів його розвитку в майбутньому.

Постановка завдання. Розвиток ринку 3D-технологій в Україні сприятиме виникненню синергетичних ефектів як в Україні, так і за кордоном, а саме зростанню інноваційності та конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання, можливостям залучення широкого

кола підприємств до глобальних ланцюгів доданої вартості.

Вищезазначене визначає важливість висвітлення концептуальних аспектів розвитку ринку 3D-технологій, окреслення кола проблем для українських учасників ринку та розроблення практичних рекомендацій щодо подальшого розвитку 3D-технологій як інструмента підвищення якості життя суспільства та конкурентоспроможності України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасна реальність тісно пов'язана з технологічними перетвореннями, що стосуються не тільки появи «розумних» машин, а й широкого використання новітніх технологій створення продукту та застосування новітніх матеріалів у рамках Четвертої промислової революції – популярної Стратегії Industrie 4.0 (Industry 4.0), які вже широко застосовуються провідними світовими виробниками [5]. Згідно з дослідженнями багатьох зарубіжних науковців, компанія, яка не справляється з технологічними викликами, опиняється поза межами сучасних ланцюгів створення доданої вартості [11, с. 15].

Однією з перспективних технологій Індустрії 4.0 є 3D-принтинг, історія виникнення якого не нараховує й тридцяти років, хоча формування наукових підвалин тривало багато років. Засновником технології 3D є американець Чак Халл, який у 1983 р. подав свій винахід на патентування, а вже в 1986 р. представив усьому світові пристрій, який тоді він назвав «пристроєм для стереолітографії» (SLA-установка), в основі роботи якої лежить принцип додавання шарів форми об'єкта [7]. Подальший розвиток технології відзначився вдосконаленням способів отримання об'ємних «друкованих відбитків» (табл. 1).

Для розуміння сутності 3D-технологій необхідно розглянути їхні ключові характеристики. У багатьох традиційних способах обробки матеріалів, особливо тих, які використовуються на етапі моделювання і створення прототипів, найчастіше використовується принцип «взяти заготовку і видалити все зайве», за якого утворюється велика кількість відходів. У цьому плані 3D-друк відрізняється радикально: процес починається з нуля і поступово, послідовним додаванням шарів (тобто адитивно), «вирощується» майбутній виріб. Відрізняється така технологія повною або частковою відсутністю відходів. До того ж на відміну від роботи на звичних пристроях обробки (фрезерних, токарних та інших верстатах) 3D-друк не вимагає глибоких знань та великого досвіду в обробці матеріалів.

Сьогодні глобальний ринок 3D-технологій є надзвичайно перспективним, темпи його приросту значно випереджають інші сектори. Його середній щорічний приріст оцінюється в 27%, а

за 2019 р. становив 267 млрд дол США порівняно з 11 млрд у 2015 р. Застосування адитивних технологій за галузями економіки розподіляється у таких сферах, як виробництво споживчих товарів і електроніки, автомобілебудування, медицина, фармацевтична галузь, стоматологія, авіабудування і космічна галузь, виготовлення засобів виробництва, військова техніка, освіта, будівництво (рис. 1).

За останні п'ять років динаміка зростання адитивних технологій становить 27%. Недарма такі гіганти, як Boeing, Nike, Adidas, Hewlett Packard, Ford, Coca-Cola, GE та ін., активно адаптують 3D-друк і сканування під свої потреби. Усі нормативні документи з адитивних технологій нині затверджує спеціальний міжнародний комітет, створений альянсом Global Alliance of Rapid Prototyping Associations (GARPA), до якого входять національні асоціації з 3D-технологій 22 країн, які активно їх розвивають [3].

Світовий ринок адитивних технологій у 2018 р. становив близько 3,8 млрд дол. США [2]. Перше місце у цій сфері належить США (рис. 2), далі йдуть Японія, Німеччина і Китай, хоча і з чотирикрратним відставанням. Україна поки що не входить до країн-лідерів та перебуває на початковому етапі розвитку цього напрямку. Рейтинг національної конкурентоспроможності, представлений в огляді The Global Competitiveness Report 2019, за показниками інноваційної спроможності ставить США на перше місце, а Україну – лише на 81-е (зі 137 країн) з оцінкою конкурентоспроможності країни 4.1 [9].

Друкування у 3D-форматі вже отримало широке розповсюдження не тільки в реальному секторі економіки (рис. 3), а й у інших сферах суспільного життя [10, с. 70]:

– промисловості та виробництві (проєктування та тривимірне друкування двигунів, електромобілів, промислове прототипування);

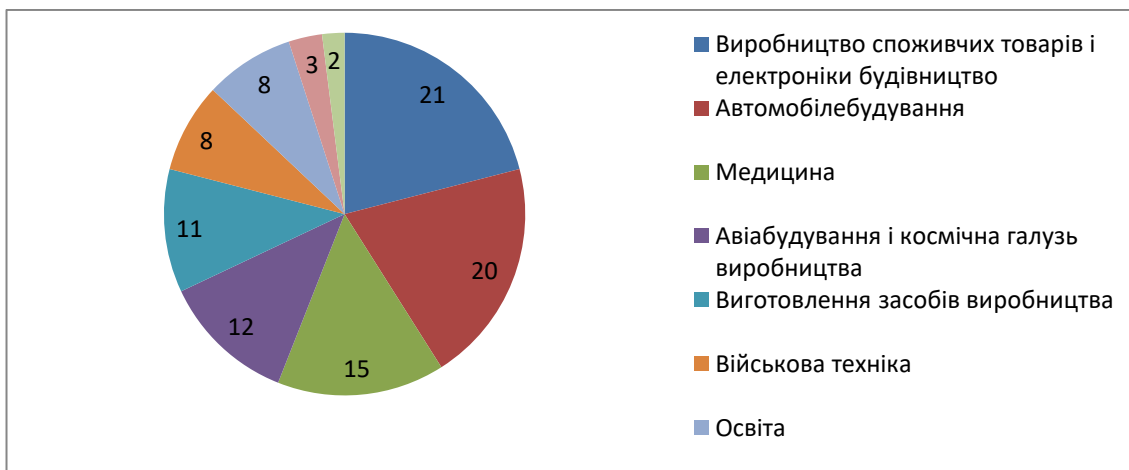


Рис. 1. Сфери застосування технологій 3D за галузями економіки у 2018 р., %

Джерело: складено автором за даними [6]

Таблиця 1

Основні віхи розвитку 3D-технології

Рік	Подія
1984	Подання Чаком Халлом заявки на патент технології стереолітографії
1988	Патентування Скотом Крампом нових технологій моделювання методом наплавлення (Fused Deposition Modeling (FDM)) і методом селективного лазерного спікання (Selective Laser Sintering (SLS))
1988	Заснування компанії Stratasys та початок виробництва промислового устаткування
1993	Патентування технології тривимірного друку в Массачусетському технологічному інституті
2005	Випуск на ринок нової моделі принтера Spectrum Z510 для 3D-друку з високою роздільною здатністю кольорів компанією Z Corporation
2006	Створення загальнодоступного проекту Reprap, націленого на виробництво 3D-принтера, здатного відтворювати деталі власної конструкції
2010	Розроблення моделі легкового автомобіля, у якого корпус був виготовлений на 3D-принтері
2010	Виготовлення штучних кровеносних судин
2013	Патент на друк індивідуальних протезів
2014 – дотепер	Поява на ринку все більше нових виробників 3D-машин, зниження їх вартості та насичення ринку принтерів для домашнього використання

Джерело: складено автором на основі [8]

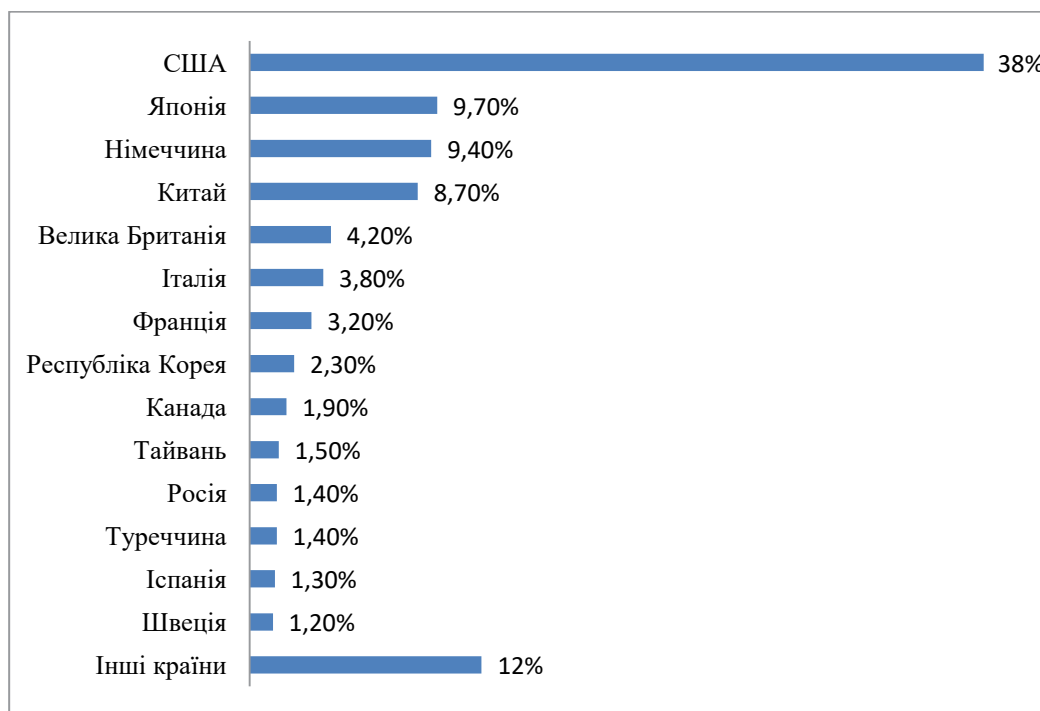


Рис. 2. Частка ринку 3D-технологій у провідних країнах світу в 2018 р.

Джерело: складено автором за даними [21]



Рис. 3. Головні напрями використання 3D-технологій

Джерело: складено автором на основі [2]

- медицині (друкування елементів для хірургії, стоматології, ортопедії, індивідуального протезування);
- архітектурі та дизайні (друкування архітектурних макетів будівель, споруд, окремих районів міст та котеджних сіл із відповідною інфраструктурою; друкування будинків та інших архітектурних об'єктів);
- космічній галузі (друкування для космічних досліджень, наприклад друкування споруд для будівництва місячних баз);

- військовій галузі (дизайн нового обладнання, запуск його у промислову серію, наприклад друкування прототипів лінз для пілотів, безпілотних літаків (дронів), окремих видів зброї та ін.);
- робототехніці;
- освіті.

В Україні на ринку 3D-технологій тільки формується попит. Сьогодні технологія обмежена технічними можливостями устаткування (робочим розміром принтера і швидкістю друку). Потрібне вдосконалення в підвищенні тривимірної точності

готових виробів, повторюваності на рівні заданої якості деталі на виході (на разі кожний бізнес-процес друкування завершується різними результатами), обмежений перелік матеріалів потребує наукових досліджень з можливістю розширення доступних матеріалів для друку. Для отримання гарантованої якості виробу потрібно забезпечити працездатність, надійність і єдність обладнання, процесів та продукту.

Основні виробничі бар'єри 3D-друку в Україні пов'язані з розробленням повнофункціональної, потужної, надійної, зручної і безпечної інтегрованої системи для забезпечення сканування (аналізу) в процесі нанесення необхідної кількості матеріалу, швидкості, високої якості деталі і здійснення контролю над технічними параметрами.

До того ж недосконалість програм підтримки діджиталізації та нерозвиненість інституційного середовища в Україні, а також невідповідність підготовки наявних фахівців, відсутність фахових компетенцій у більшості населення стримують розвиток 3D-принтингу. Проблема залучення унікальних фахівців є особливим чинником, пов'язаним зі створенням особливих умов для роботи професійних кадрів у рамках загального законодавства.

Розвиток ринку 3D-друку відкриває небачені раніше перспективи для всіх учасників економіки, особливо у сфері малого та середнього бізнесу. Ще декілька років тому тривимірним друком займалися лише окремі виробники, але останнім часом усе більше компаній різних сфер застосовують передові технології у виробництві. За даними прогнозу компанії IDC, обсяг ринку 3D-друку у світі до 2020 р. збільшиться в десять разів. Приріст у грошовому еквіваленті становитиме 59%, у кількісному – 29%, а до 2050 р. кожна сім'я, що проживає в країні розвинутого світу, використовуватиме тривимірний друк у домашніх умовах. Це означає, що надрукувати велосипед, меблі, посуд і аксесуар не буде проблемою для непрофесійних користувачів [2].

Підсумовуючи вищевикладене, можемо визначити, що основними перспективними напрямками інноваційного розвитку 3D-технологій є:

- поступове поширення технологій 3D-друку найближчими роками, що дасть цій технології змогу увійти в масовий сегмент;
- зниження вартості витратних матеріалів (полімерів, металевих деталей);
- скорочення витрат на капітальні інвестиції, витрат на логістику, складські потужності внаслідок трансформації малосерійного виробництва;
- формування та розвиток ринку 3D-моделювання, можливість обмеженого безкоштовного доступу до основних моделей та креслень;
- 3D-друк створить новий ринок медичних послуг із можливістю заміни уражених органів на нові, вирощені з власних клітин пацієнта;

– будівельна галузь переживе значні метаморфози, пов'язані з масовим, індивідуальним, недорогим будівництвом, майбутні проекти будуть реалізовуватися в концепції «нової урбаністики».

Таким чином, після десятиліть розвитку 3D-друк, нарешті, досяг періоду стійкого зростання, що перевищує більшість інших технологій виготовлення. Як і для багатьох інших нових технологій, наступні кілька років, ймовірно, 3D-друк стане поширеною технологією в усіх видах виробництва – від роботів до ракетних кораблів. Зокрема, у сфері селективного лазерного спікання (SLS) підвищиться швидкість виготовлення деталей із різних нейлонових матеріалів. Поєднуючи всі ці досягнення зі зростаючою обчислювальною потужністю у хмарі, підключенням IoT, великими даними та робототехнікою нового покоління, поєднання 3D-технологій з іншими технологіями Industry 4.0 сприятиме розвитку когнітивного, адаптивного та смарт-виробництва.

3D-друк, який раніше вважався фантастичною категорією, сьогодні стає повсякденною реальністю. Це надає широкі можливості для всіх учасників світової економіки, не тільки для країн – лідерів в інноваціях, а й для країн, що розвиваються. Зокрема, Україна має всі можливості для формування конкурентних переваг на цьому ринку без будь-якого помітного відставання від світу; більше того, українські фахівці спроможні зайняти свою нішу у сфері 3D-моделювання та розроблення програмного забезпечення для 3D-друку.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток 3D-технологій в промисловості сьогодні вже не просто тренд, а важлива умова економічного зростання і конкурентоспроможності. Прогрес у сфері 3D-друку відбувається дуже швидко. Застосування та поширення 3D-технологій характеризується великими можливостями для розвитку та включення у світовий торговельний простір, що визначає конкурентні переваги, встановлює стратегічні пріоритети та впроваджує інтелектуальну політику для максимізації потенціалу розвитку на основі знань.

Переваги перед традиційними методами виробництва колосальні: математичне моделювання заданих характеристик, моментальне прототипування, створення форм, раніше недоступних для машинного виконання, точність отриманих на виходів параметрів виробу, зниження собівартості, можливості індивідуалізації виробництва. Але водночас існують і негативні чинники, що стримують їх розвиток.

Отже, впровадження і поширення 3D-технологій має сильний вплив на прискорення промислового розвитку як у виробничих, так і у сферах послуг, що особливо важливо для зростання підприємницького потенціалу сектору малого та середнього бізнесу. Основними чинниками успішної

адаптації українських користувачів до даної технології є посилення спроможності збирати і використовувати дані, створення цифрових інтерфейсів клієнтів та усунення кіберзагроз. Також необхідно відзначити важливу роль держави щодо сприяння адаптації українських виробників до новітніх технологічних викликів, а саме розробленню та впровадженню програм технологічної модернізації економіки та промисловості, переходу на засади циркулярної економіки (економіки замкнутого циклу); створенню умов для підготовки кадрів відповідної кваліфікації; розвитку інноваційної інфраструктури (зокрема, індустриальних парків). Створення комплексної системи підтримки українського виробника є важливим елементом подальших наукових досліджень у цій сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Davos 2020: Here's what you need to know about the global economy. Christopher Alessi. URL : <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/davos-2020-towards-a-fairer-global-economy-what-you-need-to-know/> (дата звернення: 22.01.2020).
2. Global 3D Printer Market 2018-2022. URL : https://www.technavio.com/talk-to-us?report=IRTNTR20178&type=sample&src=report_banner&utm_source=t6&utm_medium=bw&utm_campaign=businesswire (дата звернення: 23.12.2019).
3. Global Alliance of Rapid Prototyping Associations. URL : <https://wohlersassociates.com/GARPA.html> (дата звернення: 16.01.2020).
4. Global Risks Report 2020. The 15th edition of the World Economic Forum's. URL : <https://www.weforum.org/global-risks/reports> (дата звернення: 22.01.2020).
5. Technology and Innovation for the Future of Production: Accelerating Value Creation. White Paper. World Economic Forum. URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_White_Paper_Technology_Innovation_Future_of_Production_2017.pdf (дата звернення: 23.12.2019).
6. The data visualization can be found on the McKinsey Global Institute public site at tableau. URL : <http://public.tableau.com/profile/mckinsey.analytics#!/vizhome/InternationalAutomation/WhereMachinesCanReplaceHumans> (дата звернення: 26.12.2019).
7. The state of 3D PRINTING, 2018. URL : https://www.sculpteo.com/State_of_3DP_2018 (дата звернення: 26.12.2019).
8. Wohlers T. Additive manufacturing and 3D-printing state of the industry: Annual world-wide progress report 2018, WohlersAssociates, 2014. 276 p. URL : <https://wohlersassociates.com/state-of-the-industry-reports.html> (дата звернення: 26.12.2019).
9. World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2019 / Ukraine The Global Competitiveness Report 2018 edition. P. 296. URL : <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (дата звернення: 23.12.2019).
10. Андрощук Г.О. Адитивні технології: перспективи і проблеми 3D-друку Наука, технології, інновації. 2017. № 1. С. 68–77.
11. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Москва : Эксмо, 2018. 208 с.

REFERENCES:

1. Davos 2020. Here's what you need to know about the global economy. Christopher Alessi. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/davos-2020-towards-a-fairer-global-economy-what-you-need-to-know/> (accessed: 22 January 2020).
2. Global 3D Printer Market 2018-2022. URL: https://www.technavio.com/talk-to-us?report=IRTNTR20178&type=sample&src=report_banner&utm_source=t6&utm_medium=bw&utm_campaign=businesswire (accessed: 23 December 2019).
3. Global Alliance of Rapid Prototyping Associations. URL: <https://wohlersassociates.com/GARPA.html> (accessed: 16 January 2020).
4. Global Risks Report 2020. The 15th edition of the World Economic Forum's. URL: <https://www.weforum.org/global-risks/reports> (accessed: 22 January 2020).
5. Technology and Innovation for the Future of Production: Accelerating Value Creation. White Paper. World Economic Forum. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_White_Paper_Technology_Innovation_Future_of_Production_2017.pdf (accessed: 23 December 2019).
6. The data visualization can be found on the McKinsey Global Institute public site at tableau. URL: <http://public.tableau.com/profile/mckinsey.analytics#!/vizhome/InternationalAutomation/WhereMachinesCanReplaceHumans> (accessed: 26 December 2019).
7. The state of 3D PRINTING, 2018. Annual report. Sculpteo. URL: https://www.sculpteo.com/State_of_3DP_2018 (accessed: 26 December 2019).
8. Wohlers T. Additive manufacturing and 3D-printing state of the industry: Annual world-wide progress report 2018, WohlersAssociates, 2014. 276 p. URL: <https://wohlersassociates.com/state-of-the-industry-reports.html> (accessed: 26 December 2019).
9. World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2019 / Ukraine The Global Competitiveness Report 2018 edition. P. 296. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (accessed: 23 December 2019).
10. Androshuk G.O. (2017). Additivni tekhnologiyi: perspektivi i problemi 3D-druku. Nauka, tekhnologiyi, innovaciyi. Vol. 1. S. 68-77.
11. Shvab K. (2018). Chetvertaia Promyshlennaia Revoliutsiya. Moscow: «Eksmo» (in Russian).

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ В ПРОЕКТЫ МОСТОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP: WORLD EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN PROJECTS OF UKRAINE'S BRIDGES BUILDING

В статье определены перспективы возможности внедрения государственно-частного партнерства в проекты мостостроения Украины. В рамках изучения передового мирового опыта определены структуры, с помощью которых осуществляется поддержка и обеспечение проектов государственно-частного партнерства. Установлено, что во всех развитых странах институт государственно-частного партнерства не только сформирован, но и продолжает формироваться посредством активной деятельности различных структур, организаций, агентств и т. д. Именно они принимают активное участие в обеспечении государственно-частного партнерства своих стран. На основании анализа приоритетности сфер реализации проектов государственно-частного партнерства с позиции мирового опыта определены потенциальные сферы реализации проектов государственно-частного партнерства для Украины, среди которых – автомобильные дороги в целом и мостостроение в частности, а путем решения проблемы привлечения дополнительных финансовых ресурсов является сотрудничество государства и частного партнера.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, мостостроение, приоритет-

ная сфера, мировой опыт, модель взаимоотношений, концессии.

У статті визначено перспективи можливості впровадження державно-приватного партнерства в проекти мостобудування України. У рамках вивчення передового світового досвіду визначено структури, за допомогою яких здійснюється підтримка і забезпечення проектів державно-приватного партнерства. Встановлено, що в усіх розвинених країнах інститут державно-приватного партнерства не тільки сформований, а й продовжує формуватися за допомогою активної діяльності різних структур, організацій, агентств тощо. Саме вони беруть активну участь у забезпеченні державно-приватного партнерства своїх країн. На підставі аналізу пріоритетності сфер реалізації проектів державно-приватного партнерства з позиції світового досвіду визначено потенційні сфери реалізації проектів державно-приватного партнерства для України, серед яких – автомобільні дороги у цілому і мостобудування зокрема. А шляхом вирішення проблеми залучення додаткових фінансових ресурсів є співпраця держави і приватного партнера.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, мостобудування, пріоритетна сфера, світовий досвід, модель взаємовідносин, концесії.

УДК 338.012

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-11>

Левченко Я.С.

доктор философии в области «Социальные и поведенческие науки», доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства Харьковской национальной автомобильно-дорожной университет

Levchenko Yaroslava

Kharkiv National Automobile and Highway University

The article discusses the relevance of attracting additional financial resources by ensuring cooperation between the state and a private partner in the implementation of Ukraine's bridges building projects. The promptness of the raised problem solution is determined by the catastrophic situation. As of 2019, more than 9.6 thousand bridges of Ukraine in technical parameters do not meet the requirements of modern standards and the actual load, and 86 bridges are in emergency condition. Therefore, the prospect of introducing public-private partnership in Ukraine's bridges building projects was considered. Public-private partnership practice is common in more than 120 countries of the European Union, Central and Latin America, Asia, Oceania, as well as in Eastern Europe and the CIS. Within the framework of studying the best international practices, the structures ensure supports of public-private partnerships projects were identified. It has been established that in all developed countries the public-private partnership institution is not only formed, but also continues to be formed through the active work of various structures, organizations, agencies, etc. They are actively involved in ensuring the public-private partnership of their countries. It is determined that the most developed and progressive form of partnership between the state, local authorities and the private sector at the present stage is the implementation of projects on the basis of concession agreements. The most active public-private partnerships participants under concession agreements in 2019 are Russia, Italy and Poland. Based on the analysis of the priority areas for the implementation of public-private partnerships projects from the perspective of world experience, the potential areas for the implementation of public-private partnerships projects for Ukraine were identified, including roads building in general, and bridges building in particular. Solving problems in Ukraine's bridges building is impossible without state support, which stimulates science to develop new forms of support and a reasonable distribution of possible support for the implementation of bridges building projects under public-private partnership. To solve the problem of attracting additional financial resources, cooperation between the state and a private partner was proposed.

Key words: public-private partnership, bridges building, priority sphere, world experience, model of relationships, concessions.

Постановка проблеми. Сегодня экономика Украины находится в нестабильном положении, а некоторые исследователи, ученые и политики находят ее критической. Но критической ситуация стала еще в 2008 г., при первом мировом кризисе, который кардинально повлиял на украинскую экономику. Далее ситуация усугубилась в 2013 г., с началом антитеррористической операции на территории Украины, которая по состоянию на 2020 г. не закончена. Эти обстоятельства продолжительное время не позволяли обозначить вектор стабильного развития. Стабильность, конечно же,

есть – это «стабильно плохо», но это не та стабильность, которая устраивает украинский народ. Экономический кризис государства повлиял на все без исключения отрасли народного хозяйства. Не осталась в стороне и отрасль дорожного хозяйства. В частности, речь идет не столько о строительстве и реконструкции дорог, сколько о строительстве и реконструкции мостов. Почему именно мосты?

Актуальность поднятой проблемы определяется катастрофической ситуацией. Более 9,6 тыс. мостов по техническим параметрам не

соответствуют требованиям современных норм и фактической нагрузке, а 86 мостов находятся в аварийном состоянии [1; 2]. Ситуацию усугубляет и достижение цели в рамках Транспортной панели Восточного партнерства, а именно содействие и улучшение транспортного сообщения между ЕС и его ближайшими соседями. Согласно статье 368 Соглашения об ассоциации, основной целью такого сотрудничества является содействие постепенной гармонизации действующих стандартов и политики с существующими в ЕС [3]. В этой связи возникает острая необходимость в обеспечении в рамках развития дорожной инфраструктуры качественными мостовыми конструкциями.

Поскольку украинская экономика не может всецело взять на себя столь тяжелый груз – реконструкцию и строительство мостов, – возникает проблема в привлечении дополнительных финансовых ресурсов, обеспечивая сотрудничество государства и частного партнера.

Анализ последних исследований и публикаций. Некоторые рекомендации, относительно реализации проектов строительства дорог в целом в рамках государственно-частного партнерства (ГЧП) рассмотрены в научных трудах таких исследователей, как: А.Я. Быстряков, Е.С. Былым, К.В. Васьяковская, Ю.П. Васьяковский, А.А. Власова, О.И. Децик, И.А. Дмитриев, Т.А. Калита, М.В. Клинова, Я.С. Левченко, В.Б. Прокопишак, А.Ф. Синякова и др. [4–10]. Анализ последних исследований позволил выявить научный пробел в реализации проектов мостостроения Украины в рамках ГЧП, что определяет актуальность поднятой проблемы.

Постановка задания. Целью исследования является определение перспективных возможностей внедрения ГЧП в проекты мостостроения Украины. Для решения этой цели поставлены следующие задания:

- определить структуры, с помощью которых осуществляется поддержка и обеспечение ГЧП-проектов в мире;
- проанализировать сферу реализации ГЧП-проектов с позиции мирового опыта.

Изложение основного материала исследования. В последние годы масштабы и формы использования ГЧП значительно расширились. В большинстве стран Центральной и Восточной Европы (Болгария, Хорватия, Чехия, Румыния, Польша) количество проектов для реализации с участием схем государственно-частного партнерства постоянно растет. Однако, несмотря на это, использование этой формы сотрудничества между правительством и бизнесом происходит на достаточно ранней стадии. Уровень обсуждений по применению механизма государственно-частного партнерства не уменьшается. На сегодняшний день в большинстве стран нет единого взгляда на то, какие формы и сферы

взаимодействия власти и бизнеса можно отнести к партнерству между государственным и частным секторами. В разных странах цели, задачи, формы и сферы также разные.

В Западной Европе созданы специальные институты для развития государственно-частного партнерства. На его основе в течение последних 10 лет были запущены и реализованы проекты на сумму более 120 млрд. долларов США [10].

В США ГЧП имеет долгую и обширную историю. Сейчас на территории страны успешно действуют тысячи примеров ГЧП между федеральными, муниципальными органами власти и деловым сообществом. Наиболее распространенными сферами сотрудничества являются модернизация инфраструктуры, развитие транспортной системы, экономичное использование водных ресурсов, утилизация бытовых отходов и т. д. Муниципалитет предоставил налоговые льготы на период строительства и эксплуатации учебного заведения по выплате задолженности по кредиту. Согласно договоренности, стороны распределили затраты по проекту следующим образом: государство – 10%, частный сектор – 90% [11].

В Японии сложилась особая модель взаимоотношений между государством и бизнесом, характерными чертами которой являются неконфронтационность, постоянный диалог, готовность учитывать позиции друг друга и вырабатывать единую платформу для обеспечения общенациональных интересов. В Японии в рамках ГЧП преобладает классическая концессионная схема «строительство – передача – управление» (Build-Transfer-Operate или ВТО), которая составляет 70% всех проектов. По статистическим данным, на конец 2008 г. широко применялась и другая разновидность классической концессии – «строительство – управление – передача» (Build-Operate-Transfer, или БОТ), которая составляла около 15% проектов. Комбинированное использование обоих вышеуказанных концессионных схем применяют 8% частных партнерств. Наиболее распространенными сферами сотрудничества являются автомобильные и железные дороги, порты, аэропорты, парки, канализационные системы, водопроводы бытового и промышленного назначения, административные здания, объекты по утилизации отходов, объекты социального обеспечения, объекты здравоохранения, автостоянки, подземные улицы и др. По срокам действия проекты партнерства достаточно разные, но в целом делятся в диапазоне 25–30 лет [12].

Лидером в области использования ГЧП является Великобритания. Британское правительство стало одним из первых применять указанную схему работы на национальном уровне (пилотным проектам был дан старт в конце 80-х годов. Система была разработана и начала внедряться

Кабинетом Дж. Мейджора в 1992 г. Основной формой заключения подобных контрактов в Великобритании является «частная финансовая инициатива» (ЧФИ, Private Finance Initiative), при которой частная фирма получает от государства в лице ведомства, органа местного самоуправления или иного государственного института в заказ на создание или восстановление основных фондов (например, строительство больницы или школы, ремонт станции метро), а также долгосрочные услуги по эксплуатации (на 25–50 лет). Всего на основе данной схемы, по расчетам International Financial Services London (агентство вошло в 2010 г. в состав City UK), было создано 930 ГЧП на общую сумму более 66 млрд. фунтов стерлингов. Контракты в форме ГЧП чаще всего заключались в таких сферах, как транспорт, оборона, образование, здравоохранение и правопорядок. По данным Министерства финансов, с помощью контрактов ГЧП было построено более 800 школ, 70 больниц, 45 транспортных проектов [13].

Германия, страна с традиционно сильной государственной властью, сравнительно поздно приступила к разработке и реализации проектов ГЧП: активное развитие рынка ГЧП наблюдается с 2003 г. Федеральное правительство Германии смогло адаптировать концепцию ГЧП к своим социальным и экономическим задачам, основанным на стремлении обеспечить максимальную выгоду всем участникам сотрудничества: распорядителям бюджетных средств, бизнеса (попутно решая задачу поддержки малого и среднего предпринимательства) и населению. Успешная в отличие от многих стран реализация проектов и комплексное развитие частного сектора основаны именно на принятой в Германии концепции, на особом понимании ГЧП. Одной из целей ГЧП в Германии является борьба с бедностью. Среди контрактных моделей ГЧП (в социальном и дорожном строительстве) преобладает модель владельца. Больше всего проектов реализуется в Германии по схеме форфейтинга без права регресса. Структура проектов по отраслям: образование – 40%, спорт и культура – 26%, административные здания – 18%, другие – 8%, пенитенциарная (уголовно-исполнительная) система – 3%, здравоохранение – 3%, федеральные объекты – 2% [14].

Практика системы ГЧП во Франции наибольшее распространение получила в сфере здравоохранения. В рамках реформы национальной системы принят план «Больница-2007», который поставил главной целью оживление инвестиционной политики в больничном секторе. В 2004 г. во Франции был принят закон о государственно-частном партнерстве [15].

В Российской Федерации государственно-частное партнерство рассматривается как важный инструмент для привлечения отечественного и

иностранного частного капитала, необходимого для удовлетворения потребностей инфраструктуры. Ответственность за развитие инфраструктуры транспорта, городского хозяйства, социальной сферы несут органы государственного и муниципального управления. Развитие объектов, являющихся составляющими этой инфраструктуры, всегда связано с высокими затратами. Размеры финансирования выходят за пределы возможностей региональных и городских бюджетов. Эти проблемы требуют решения, ведь развитие инфраструктуры напрямую обеспечивает экономический рост. Важным также является вопрос качества предоставления государственных услуг, поэтому для решения своих задач власть привлекает частный бизнес и вступает с ним в партнерские отношения. Для предпринимателей партнерство с властью означает снижение долгосрочных рисков ведения бизнеса [15].

В 2018 г. польское правительство утвердило проект закона, который упрощает реализацию капиталовложений. Это закон «О публично-частном партнерстве», который позволит расширить участие частных инвесторов в инфраструктурных проектах Польши [16]. Польские экономисты прогнозируют, что введение новых положений даст возможность подписывать договоры на сумму 4–5 млрд. злотых в год и сэкономят более 400 млн. злотых из государственной казны. Органы местного самоуправления в Польше получили инвестиции в размере 50–60 млрд. злотых, в том числе по форме государственно-частного партнерства. Большинство из этих проектов реализуется в соответствии с законом о государственных закупках, но на основе информации, поступающей из всех воеводств.

Опыт Италии в сфере государственно-частного партнерства демонстрирует значительные преимущества этой формы сотрудничества. В стране активно применяются механизмы внедрения и реализации государственно-частного партнерства, его правовые и экономические аспекты, концессионные механизмы. Государственно-частное партнерство является одним из наиболее перспективных и эффективных инструментов городского и регионального экономического и социального развития Италии. Концессии – достаточно универсальное средство решения экономических проблем в Италии [17]. Они являются наиболее развитой прогрессивной формой партнерства государства, органов местной власти и частного сектора на современном этапе. Основными сферами применения государственно-частного партнерства в Италии являются больницы, транспорт, жилищно-коммунальная отрасль.

Эта форма управления государственной собственностью распространена в более 120-ти странах Европейского Союза, Центральной и

Латинской Америки, в Азии, Океании, а также в Восточной Европе и СНГ.

Также надо отметить, что для успешной реализации ГЧП-проектов необходима грамотная работа по его обеспечению разного рода структурами, организациями, агентствами и т. д. (табл. 1).

Опыт формирования государственно-частного взаимодействия распространяется во всех регионах мира. Как показывает анализ международной практики, наиболее распространенными объектами государственно-частного партнерства являются:

- жилищно-коммунальная сфера (производство и транспортировка электроэнергии, водоснабжения, эксплуатация и благоустройство);

- строительство и содержание автодорог;
- энергосбережение;
- эксплуатация зданий бюджетного сектора экономики [17].

Если анализировать использование ГЧП-проектов по странам, рассматривая их в соответствии с классификацией ООН, то в зависимости от социально-экономического развития страны картина будет несколько меняться. Так, анализ 915 случайно выбранных проектов ГЧП в странах с разным уровнем развития экономики показал, что здравоохранение стоит на первом месте только в странах «Большой семерки» (184 из 615 проектов, или 29,92%). В развивающихся странах здравоохранение и образование находятся далеко позади

Таблица 1

Центры поддержки ГЧП в мире

Страна	Год создания	Название центра	Форма собственности
Бельгия	2002	Фламандский центр знаний о ГЧП	Государственная
Великобритания	2001	Форум ГЧП (PPP Forum)	Негосударственная
Венгрия	2006	Европейский центр ГЧП (European PPP Center (EPPPC))	Государственная
Германия	2008	Partnerschaften Deutschland (Federal ÖPP Deutschland AG)	Государственная
		Специальные целевые группы по ГЧП	Негосударственная
Греция	2005	Специальный секретариат по ГЧП (Special Secretariat for PPPs)	Государственная
Ирландия	2008	Специальный институт по ГЧП	Государственная
Канада	1993	Канадский совет по ГЧП (Canadian Council for Public-Private Partnerships (CCPPP))	Некоммерческая организация
Нидерланды	1997-1998	Положение о Министерстве финансов Нидерландов (№ BWBR0018723)	Государственная
Польша	2008	Центр ГЧП (Centrum PPP)	Негосударственная
Словакия	2007	Ассоциация ГЧП (Slovak Public-Private Partnership Association)	Некоммерческое объединение, включающее юридические фирмы, финансовые, консалтинговые, строительные компании
США	1985	Национальный совет по ГЧП (National Council for PPP)	Некоммерческая организация для обмена инновационными идеями в сфере партнерств
Турция	2008	Международная платформа ГЧП (International PPP Platform Türkiye)	Государственная
Франция	1996	Французский институт ГЧП (Institute de la Gestion Déléguée (French Institute for PPP))	Некоммерческая организация
	2006	Французский центр экспертизы ГЧП (Centre d'Expertise Français pour l'Observation des Partenariats Public-Privé (CEFO-PPP))	Некоммерческая организация
	2006	Клуб ГЧП (Club de Partenariats Public-Privé (CPPP))	Некоммерческая организация
	2005	Целевая группа по ГЧП (Mission d'appui aux PPP (MAPPP))	Государственная
Чехия	2004	Ассоциация ГЧП для развития инфраструктуры (Asociace pro rozvoj infrastruktury)	Государственная
Швейцария	2006	Ассоциация ГЧП (Association PPP Suisse)	Некоммерческая организация

Источник: сформировано автором на основе [18]



Рис. 1. Зависимость приоритетности отраслей в рамках государственно-частного партнерства от социально-экономического уровня развития страны

Источник: сформировано автором на основе [19]

отрасли, связанной со строительством и реконструкцией автодорог. Проекты в других не менее важных, но менее приоритетных отраслях (ЖКХ, оборона, тюрьмы, развлечения, туризм, железнодорожный и трубопроводный транспорт и пр.) в большинстве стран занимают в структуре ГЧП от 30% до 45% [20].

Также закономерным является тот факт, что страны с переходной экономикой (в т. ч. Украина) первоочередными задачами видят восстановление и строительство автомобильных дорог и инженерных сооружений. Так что для Украины государственно-частное партнерство – это повышение финансового уровня страны и совершенствование бюджетного и налогового законодательства с целью улучшения инвестиционного климата и разработки эффективного механизма предоставления государственной поддержки государственно-частного партнерства, а также законодательства по вопросам внедрения стимулирующего тарифного регулирования.

Выводы из проведенного исследования.

Международный опыт свидетельствует о следующем:

1. во всех развитых странах институт ГЧП сформирован и продолжает формироваться посредством активной деятельности различных структур, организаций, агентств и т. д. Именно они принимают активное участие в обеспечении ГЧП своих стран;

2. на основании анализа приоритетности сфер реализации ГЧП проектов с позиции морового опыта удалось определить потенциальные сферы

реализации ГЧП-проектов, среди которых – автомобильные дороги в целом и мостостроение в частности.

Чем ниже уровень жизни в той или иной стране, тем более востребованы в ней частные инвесторы, которые готовы вкладывать средства и силы в модернизацию инфраструктуры. В то же время чем беднее страна, тем меньше проектов может быть реализовано в ней без государственной поддержки. Если мы сосредоточимся на реализации только сверхприбыльных инфраструктурных проектов, не требующих никакого участия государства, а, наоборот, предусматривающих высокие концессионные платежи, то решить острые проблемы в стране не удастся никогда. Ведь в наихудшем состоянии у нас находятся те объекты, платить за создание (реконструкцию) которых их пользователи не в состоянии. Речь сейчас идет и о мостах тоже. Таким образом, решение проблем в мостостроении Украины невозможно без государственной поддержки, что стимулирует науку к разработке новых форм поддержки и обоснованного распределения возможной поддержки при реализации проектов мостостроения в рамках ГЧП.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Левченко Я.С. На шляху до євроінтеграції. Як і кому інвестувати в будівництво і реконструкцію мостів України? *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 6(23). С. 152–157.
2. Левченко Я.С. Мостобудування в Україні: значення державно-приватного партнерства для його

розвитку. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2019. № 2(23). С. 118–129.

3. Євроінтеграція : вебсайт. URL : <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html> (дата обращения: 09.10.2019).

4. Быстряков А.Я., Былым Е.С. Строительство автомобильных дорог как ключевая сфера государственно-частного партнерства в инвестиционном комплексе России. *Вестник РУДН. Серия «Экономика»*. 2014. № 1. С. 53–59.

5. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності суб'єктів підприємництва: регіональний аспект / К.В. Васьківська та ін. 2018. URL : http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2018/6.pdf (дата звернення: 07.12.2019).

6. Власова А.А. Реализация национальных проектов на основе моделей государственно-частного партнерства в России : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Санкт-Петербург, 2008. 17 с.

7. Дмитрієв І.А., Левченко Я.С. Оцінка і забезпечення інвестиційної привабливості підприємства в контексті регіонального розвитку (на прикладі підприємств автомобільного транспорту) : монографія. Харків : ФОРМ. БРОВІН, 2018. 268 с.

8. Калита Т.А. Теоретичні та практичні аспекти зарубіжного досвіду фінансування інвестицій у системі партнерських відносин держави і бізнесу та імплементація його в Україні. *Бізнес Інформ*. 2017. № 9. С. 29–34.

9. Синякова А.Ф. Концессионные соглашения: привлечение в регион инвестиций с помощью государственно-частного партнерства. *Регион, экономика: теория и практика*. 2007. № 10(49). С. 59.

10. Клинова М.В. Государство и бизнес: формы и стратегии взаимодействия. *Мировая экономика и международные отношения*. 2006. № 11. С. 104–116.

11. Чирикова А. Бизнес как субъект социальной политики в современной России. *Общество и экономика*. 2006. № 9. С. 116–117.

12. Иванов А.П., Сахаров И.В., Хрусталева Е.Ю. Принципы и факторы определения инвестиционного рейтинга предприятий. *Консультант директора*. 2009. № 12. С. 31–37.

13. Кочеткова С.А., Моисеева И.В. Структурная модель государственно-частного партнерства в стратегическом управлении регионом : монография. Москва : Академия естествознания, 2016. 160 с.

14. Кузьмін В.А. Державно-приватне партнерство: досвід реалізації механізму в Німеччині та можливості його використання в Росії. 2018. URL : http://www.pppinrussia.ru/userfiles/upload/files/PPP%20in%20foring%20country/Kuzmin_PPP_Germany.pdf (дата звернення: 24.10.2019).

15. Бондаренко Е.Ю. Оптимизация рисков частно-государственного партнерства с участием международных финансовых институтов. *Экономические науки*. 2008. № 5. 140 с.

16. Гош О. Про економічну сутність понять «співробітництво» і «партнерство». *Економіка України*. 2012. № 5. С. 91–95.

17. Українські міста вивчали досвід Італії у сфері державно-приватного партнерства. 2012. URL : <http://euro2012.ukrinform.ua/news/11/p7273/> (дата звернення: 24.10.2018).

18. Центры государственно-частного партнерства (ЦГЧП) в странах ОЭСР. URL : <https://goo-gl.su/5kMwn46> (дата обращения: 17.09.2019).

19. Зарубежный опыт государственно-частного партнерства (США, Европа, Канада). URL : https://ecsn.ru/files/pdf/201208/201208_196.pdf (дата обращения: 18.09.2019).

20. Кузнецов И.В. Зарубежный опыт государственно-частного партнерства (США, Европа, Канада). *Мировая экономика и международные экономические отношения. Экономические науки*. 2012. № 8(93). С. 196–201.

REFERENCES:

1. Levchenko Y. S. (2019) Na shlyahu do yevrointegratsiyi. Yak i komu investuvati v budivnictvo i rekonstrukciyu mostiv Ukrayini? [On the way to european integration. How and who can invest in construction and reconstruction of Ukrainian bridges?] *Shidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, vol. 23, no. 6, pp. 152-157.

2. Levchenko Y. S. (2019) Mostobuduvannya v Ukraini: znachennia derzhavno-pryvatnoho partnerstva dlia yoho rozvytku [Bridge building in Ukraine: the importance of public-private partnership for its] *Problemy i perspektvy rozvytku pidpriemnytstva*, vol. 23, no. 2, pp. 118-129.

3. Yevrointegraciya [European integration], Available at: <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html> (accessed 09 October 2019).

4. Bystryakov A. Ya., Bylym E. S. (2014) Stroitel'stvo avtomobil'nyh dorog kak klyuchevaya sfera goudarstvenno-chastnogo partnerstva v investicionnom komplekse Rossii [Construction of roads as a key area of public-private partnership in the investment complex of Russia]. *Vestnik RUDN, seriya Ekonomika*, no. 1, pp. 53-59. (in Russian)

5. Vaskivska K. V., Vaskivskiy Yu. P., Detsyk O. I., Prokopyshak V. B. (2018) Finansove zabezpechennia investytsiinoi diialnosti subiektiv pidpriemnytstva: rehionalnyi aspekt [Financial support of investment activity of business entities: regional aspect] (electronic journal), available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2018/6.pdf (accessed 07 December 2019)

6. Vlasova A. A. (2008) *Realizatsiya nacional'nyh projektov na osnove modelej gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v Rossii* [Implementation of national projects based on public-private partnership models in Russia] (PhD Thesis), St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics and Finance

7. Dmytriiev I. A., Levchenko Ya. S. (2018) *Otsinka i zabezpechennia investytsiinoi pryvablyvosti pidpriemstva v konteksti rehionalnoho rozvytku (na prykladi pidpriemstv avtomobilnoho transportu)* [Assessment and ensuring of enterprise investment attractiveness in the context of regional development (on example of motor transport enterprises)] (monograph), Kharkiv, FOP Brovin O. V. 268 p. (in Ukrainian)

8. Kalyta T. A. (2017) *Teoretychni ta praktychni aspekty zarubizhnoho dosvidu finansuvannya investytsii u systemi partnerskykh vidnosyn derzhavy i biznesu ta implementatsiia yoho v Ukraini* [Theoretical and practical aspects of foreign experience of financing investments in the system of partnership relations between the state

and business and its implementation in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 9, pp. 29-34. (in Ukrainian)

9. Sinyakova A. F. (2007) Koncessionnye soglaseniya: privlechenie v region investitsij s pomoshch'yu gosudarstvenno-chastnogo partnerstva [Concession agreements: attracting investments to the region through public-private partnerships]. *Region. ekonomika : teoriya i praktika*, vol. 49, no. 10, p. 59. (in Russian)

10. Klinova M. V. (2006). Gosudarstvo i biznes: formy i strategii vzaimodejstviya [State and business: forms and strategies of interaction]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*. no. 11, pp. 104-116. (in Russian)

11. Chirikova A. (2006). Biznes kak sub'ekt social'noj politiki v sovremennoj Rossii [Business as a subject of social policy in modern Russia]. *Obshchestvo i ekonomika*. no. 9, pp. 116-117. (in Russian)

12. Ivanov A.P., Saharov I.V., Hrustalev E.Yu. (2009). Principy i faktory opredeleniya investicionnogo rejtinga predpriyatij [Principles and factors for determining the investment rating of enterprises]. *Konsul'tant direktora*. no. 12, pp. 31–37. (in Russian)

13. Kochetkova S.A., Moiseeva I.V. (2016). *Struktural'naya model' gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v strategicheskom upravlenii regionom* [Structural model of public-private partnership in strategic management of the region] (monograph), M., Akademiya Estestvoznaniya. (in Russian)

14. Kuz'min V. A. (2016). Derzhavno-pryvatne partnerstvo: dosvid realizaciyi mexanizmu v Nimechchyni ta mozhlivosti jogo vykorystannya v Rosiyi [Public-Private Partnership: Experience of Implementing the Mechanism in Germany and Possibility of Using it in Russia], available at:

http://www.pppinrussia.ru/userfiles/upload/files/PPP%20in%20foring%20country/Kuzmin_PPP_Germany.pdf (accessed 24 October 2019).

15. Bondarenko E. Yu. (2008). Optimizaciya riskov chastno-gosudarstvennogo partnerstva s uchastiem mezhdunarodnyh finansovyh institutov [Risk optimization of public-private partnerships with the participation of international financial institutions]. *Ekonomicheskie nauki*. no. 5. 140 p. (in Russian)

16. Gosh O. (2012). Pro ekonomichnu sutnist' ponyat' «spivrobitny`chtvo» i «partnerstvo» [On the economic essence of the concepts of «cooperation» and «partnership»]. *Ekonomika Ukrayiny`*. no. 5, pp. 91-95. (in Ukrainian)

17. Ukrayins`ki mista vy`vchaly` dosvid Italiyi u sferi derzhavno-pryvatnogo partnerstva [Ukrainian cities studied Italy's experience in public-private partnerships], Available at: <http://euro2012.ukrinform.ua/news/11/p7273/> (accessed 24 December 2019).

18. Centry gosudarstvenno-chastnogo partnerstva (CGCHP) v stranah OESR [Public Private Partnership Centers (PPPs) in OECD countries], Available at: <https://goo-gl.su/5kMwn46> (accessed 17 September 2019).

19. Zarubezhnyj opyt gosudarstvenno-chastnogo partnerstva (SSHA, Evropa, Kanada) [Foreign experience of public-private partnerships (USA, Europe, Canada)], URL: https://ecsn.ru/files/pdf/201208/201208_196.pdf (accessed 18 September 2019).

20. Kuznetsov I.V. (2012). Zarubezhnyj opyt gosudarstvenno-chastnogo partnerstva (SSHA, Evropa, Kanada) [Foreign experience of public-private partnerships (USA, Europe, Canada)]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya. Ekonomicheskie nauki*. no. 8 (93), pp. 196-201.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ М'ЯСА В УКРАЇНІ CURRENT TRENDS OF MEAT PRODUCTION AND PROCESSING IN UKRAINE

УДК 330.357

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-12>

Ляховська О.В.

к.е.н.,

науковий співробітник відділу проблем реального сектору економіки регіонів ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього Національної академії наук України»

Liahovska Olena

Institution "Institute of Regional Research named after M.I. Dolishnyi National Academy of Sciences of Ukraine"

У статті досліджено динаміку та структуру виробництва і переробки м'яса в Україні. Виявлено тенденції до зростання заготовів м'яса птиці, як обсягів виробництва, так і частки у структурі видів м'яса. Водночас спостерігалось зменшення обсягів виробництва свинини, яловичини та телятини. Проаналізовано динаміку та структуру промислової переробки м'яса. Визначено, що в Україні переважає виробництво м'яса та субпродуктів охолоджених та заморожених, а частка м'ясних продуктів становила близько 22% від промислового виробництва м'яса. Зазначено, що протягом останніх років зменшилися обсяги глибокої переробки м'яса (за 2013–2018 рр. – на 19,16%). Запропоновано застосувати методи стимулювання розвитку сільськогосподарського виробництва свинини, яловичини та телятини для забезпечення сировинного потенціалу промислової переробки м'яса. Визначено, що необхідно активізувати глибоку переробку м'яса та субпродуктів, що сприятиме зростанню доданої вартості м'ясного виробництва.

Ключові слова: виробництво м'яса та м'ясних продуктів, м'ясна промисловість, м'ясо птиці, свинина, яловичина та телятина, продукти м'ясні.

В статті досліджено динаміку та структуру виробництва і переробки м'яса в Україні. Виявлені тенденції к росту заготовки м'яса птиці, как объемов производства, так и доли в структуре видов мяса. В то же время наблюдалось уменьшение объемов производства свинины, говядины. Проанализированы динамика и структура промышленной переработки мяса. Определено, что в Украине преобладает производство мяса и субпродуктов охлажденных и замороженных, а доля мясных продуктов составила около 22% от промышленного производства мяса. Отмечено, что в последние годы уменьшились объемы глубокой переработки мяса (в 2013–2018 гг. – на 19,16%). Предложено применить методы стимулирования развития сельскохозяйственного производства свинины, говядины для обеспечения сырьевого потенциала промышленной переработки мяса. Определено, что необходимо активизировать глубинную переработку мяса и субпродуктов, что будет способствовать росту добавленной стоимости мясного производства.

Ключевые слова: производство мяса и мясных продуктов, мясная промышленность, мясо птицы, свинина, говядина и телятина, продукты мясные.

The article examines the dynamics and structure of meat production and processing in Ukraine. The raw material potential of industrial meat processing is shaped by the livestock products that produce meat in the slaughterhouse. In recent years, there has been a trend towards an increase in poultry meat (in slaughter weight), both in terms of production and share in the structure of meat species. At the same time, the production of pork, beef and veal was reduced. These types of meat formed the basis of raw materials for industrial production. The dynamics and structure of industrial meat processing have been analyzed. Overall, the production of meat and meat products has increased over the last years (by 5.68% in 2013-2018). By types of meat processing (by nomenclature of production of industry), the largest growth rate was production of poultry meat (for 2013-2018 – 17,93%) and meat (9,83%). The rate of increase in deep meat processing (meat products) had a negative downward trend (by 19.16%). It is determined that the production of meat and by-products of chilled and frozen prevails in Ukraine, and the share of meat products (sausage products, salted and smoked meat, prepared or preserved meat products, etc.) made up about 22% of industrial meat production. Such trends are associated with a lower cost of cooling and freezing meat than its deep processing, as well as a higher profitability of production of such products (profitability of meat in 2018 – 7,4%, poultry meat – 11,3%, meat products – 2,6%). It is proposed to apply methods of stimulating the development of agricultural production of pork, beef and veal, to ensure the raw material potential of industrial meat processing. It has been determined that deep processing of meat and by-products should be intensified, which will allow the added value of meat production to increase. In addition, it is advisable to apply innovative production methods and technologies that will allow to develop the range and quality of products, as well as to promote the export of domestic meat products. In addition, the development of innovative production technologies will increase the profitability of production.

Key words: meat and meat products production, meat industry, poultry meat, pork, beef and veal, meat products.

Постановка проблеми. Виробництво м'яса та м'ясних продуктів – один із найбільших секторів харчової промисловості України, що включає первинну переробку – м'ясо (НПП 10.11 – за номенклатурою продукції промисловості) та м'ясо свійської птиці (НПП 10.12), а також глибоку переробку – продукти м'ясні (НПП 10.13). Дане промислове виробництво є одним з основних чинників харчової безпеки країни. Водночас м'ясна промисловість є перспективним напрямом розвитку, оскільки має всі передумови для нарощення сировинного потенціалу (тваринництва) та активізації переробки м'яса. Доцільно дослідити сучасні тенденції у виробництві м'яса та м'ясних продуктів, а також виявити перспективні напрями м'ясної промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність теми розвитку м'ясної промисловості зумовила дослідження її у працях багатьох сучасних

науковців. Зокрема, у роботі О.В. Коваленко та Г.П. Лисенко [1] вказано на проблему та сировинний потенціал м'ясопереробки в Україні. М.О. Карп'як [2] дослідила особливості функціонування ринку м'яса у регіонах. Н.М. Лозовська, З.П. Рожко, Л.А. Струс [3] визначили основні проблеми та потенціал розвитку м'ясної промисловості.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій виробництва та переробки м'яса, що дасть змогу виявити ризики та перспективи цих видів сільськогосподарської та промислової діяльності. Окрім того, зважаючи на сучасні промислові тренди, наприклад активізацію глибокої переробки, запровадження інновацій у виробництво та ін., доцільно виявити найбільш перспективні напрями їх упровадження. На основі вказаного дослідження необхідно вказати напрями розвитку м'ясної промисловості України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сировинний потенціал промислової переробки м'яса формує продукція сільськогосподарського тваринництва. В Україні протягом останніх років (2013–2018) загальний обсяг заготівлі м'яса у забійній масі зменшився на 1,44%. Зокрема, чітко виражено тенденції до зростання темпів приросту виробництва м'яса птиці (за 2013–2018 рр. – на 7,75%) і зменшення виробництва яловичини та телятини (6,11%), свинини (6,11%). Обсяги заготівлі інших видів м'яса (конина, м'ясо кролів, баранина та козлятина) впродовж 2013–2016 рр. зменшилися на 23,81%, а в 2016–2018 рр. зросли на 2,68% (рис. 1).

Домінуючим у структурі заготовлених видів м'яса також було м'ясо птиці: у 2018 р. його частка становила 53,46% від м'яса (у забійній масі) (рис. 2). Водночас обсяг виробництва свинини становив 29,84%, яловичини і телятини – 15,24%, інших видів м'яса – 1,47%.

Указані тенденції сільськогосподарського виробництва м'яса (основи промислової переробки) свідчать про активізацію менш затратного виду тваринництва – птахівництва водночас зі зменшенням заготівлі яловичини та телятини, свинини.

На відміну від низхідних темпів виробництва м'яса сільськогосподарськими товаровиробниками обсяги промислової переробки за останні роки (2013–2018) зросли на 5,68%: спостерігалися позитивні темпи приросту переробки м'яса (на 9,83%) поряд зі зниженням темпу приросту виробництва м'ясних продуктів – на 19,6% (табл. 1).

Серед видів м'яса у промисловому виробництві найбільшу частку становило охолоджене та

заморожене м'ясо: виробництво м'яса свійської птиці (57,36% у 2018 р.) та виробництво м'яса (свинина, яловичина та телятина, інші види м'яса та субпродукти) (20,71%) (табл. 2). Водночас виробництво м'ясних продуктів в Україні займає менше третини переробки (21,93% у 2018 р.).

Отже, основну частку м'ясної промисловості займала первинна переробка м'яса птиці (м'ясо охолоджене та заморожене). Такі тенденції були зумовлені найвищим серед усіх видів м'яса рівнем рентабельності (у 2018 р. операційна рентабельність становила 11,3%) і водночас найкоротшим циклом виробництва. Окрім того, протягом останніх років зріс попит на цей вид м'яса як на внутрішньому, так і на світовому ринку (через нижчу ціну, ніж на інші види м'яса в Україні, а також зріс попит у країнах із великою кількістю населення).

На противагу цьому виробництво свинини характеризувалося негативними тенденціями. Упродовж останніх років у сільському господарстві постійно зменшується поголів'я свиней (за 2013–2018 рр. – на 20,48%), як під впливом економічних чинників (невисока рентабельність виробництва), так і в результаті розповсюдження хвороб, наприклад африканської чуми свиней (АЧС). Зокрема, за даними Асоціації «Свинарі України», у 2018 р. було знищено близько 110 тис свиней, хворих на АЧС [5]. Така динаміка поширення цього захворювання негативно позначилася на внутрішньому ринку свинини та експорті продукції з неї.

Аналогічно до тенденції виробництва свинини скоротилися обсяги виробництва м'яса яловичини та телятини. Основною причиною цього було

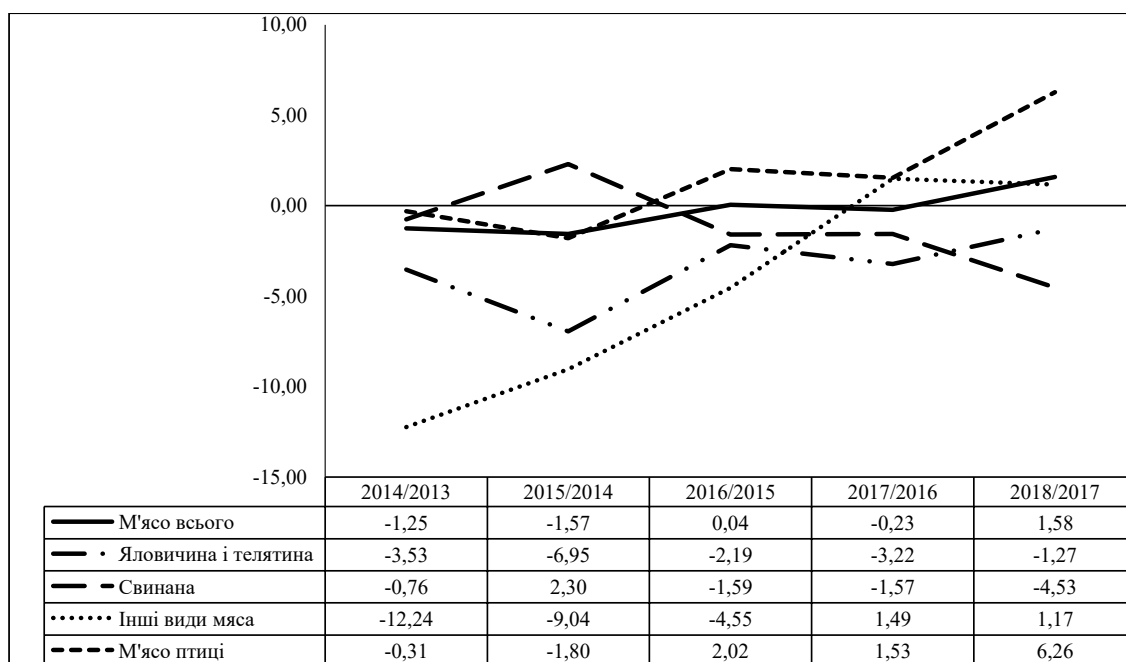


Рис. 1. Темп приросту виробництва м'яса в Україні (у забійній масі), %

Джерело: розраховано автором за [4]

зменшення сировинного забезпечення. Кількість поголів'я великої рогатої худоби у 2018 р. зменшилася на 26,35% порівняно з 2013 р., а заготівля м'яса яловичини і телятини у забійній масі – на 16,11%.

Основна частина поголів'я великої рогатої худоби (65,92% у 2018 р.) та практично половину свиней (56,36%) вирощують у господарствах населення що не здатні забезпечити відповідні техніко-економічні та організаційні умови для

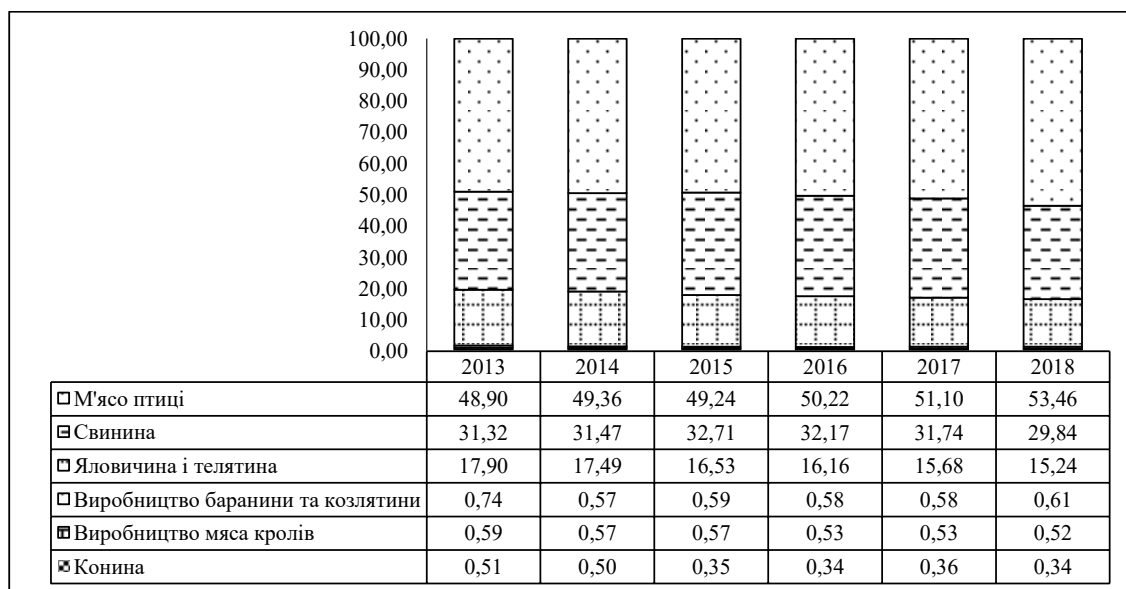


Рис. 2. Структура виробництва видів м'яса в Україні (у забійній масі), %

Джерело: розраховано автором за [4]

Таблиця 1

Темп приросту виробництва м'яса та м'ясних продуктів в Україні, %

Код продукції за НПП	Назва продукції	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2018/2013
10.11	Виробництво м'яса, у т. ч.:	6,46	-0,05	4,24	-2,04	1,08	9,83
	яловичина і телятина	-10,93	-0,12	7,89	-3,51	-1,47	-8,75
	свинина	16,59	-0,45	2,99	-1,47	2,23	20,41
	інше м'ясо та субпродукти	4,60	31,23	-16,53	5,83	2,36	24,12
10.12	Виробництво м'яса свійської птиці	-3,12	1,69	5,37	5,41	7,77	17,93
10.13	Виробництво м'ясних продуктів	-11,68	-8,02	-3,62	1,00	2,22	-19,16
	Разом	-3,67	-1,24	2,92	2,72	5,08	5,68

Джерело: розраховано автором за [4]

Таблиця 2

Структура промислового виробництва м'яса та м'ясних продуктів в Україні, %

Код продукції за НПП	Назва продукції	2013	2014	2015	2016	2017	2018
10.11	Виробництво м'яса, у т. ч.:	19,93	22,02	22,29	22,58	21,53	20,71
	Яловичина і телятина	7,25	6,71	6,78	7,11	6,68	6,26
	Свинина	12,49	15,11	15,23	15,24	14,62	14,23
	Інше м'ясо та субпродукти	0,19	0,20	0,27	0,22	0,23	0,22
10.12	Виробництво м'яса свійської птиці	51,40	51,69	53,23	54,49	55,92	57,36
10.13	Виробництво м'ясних продуктів	28,67	26,29	24,49	22,93	22,55	21,93
	Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Джерело: розраховано автором за [4]

активізації розвитку цього виду тваринництва. Розвиток свинарства та скотарства перебуває на стадії переходу до переважно підприємницького виробництва, що, з одного боку, спричинило зменшення сировини м'яса для промисловості в останні роки, а з іншого – сприятиме стабільності та плановості сировинного забезпечення м'ясної продукції в перспективі.

Окрім цього, спостерігався дуже низький рівень розвитку виробництва продукції з інших видів м'яса: кролятини, баранини та козлятини, конини, а також нішевих видів м'яса птиці – м'яса гусей, качок, індиків та ін., що можуть стати перспективним напрямом розвитку м'ясної промисловості.

Зважаючи на низьку купівельну спроможність населення поряд із низьким рівнем споживання м'яса (у 2018 р. – 52,8 кг проти 80 кг – раціональна норма), найбільш перспективними для українських виробників залишаються дешеві види м'яса (курятина та субпродукти) та продукти із м'яса (ковбаса варена, сосиски, сардельки).

Висновки з проведеного дослідження.

З огляду на вищенаведені дані, необхідно вжити низку заходів для активізації виробництва та переробки окремих видів м'ясної продукції, зокрема стимулювати розвиток форм підприємництва у сфері сільськогосподарського та промислового виробництва м'яса та продуктів із м'яса. Як показує досвід попередніх років, найбільш ефективні форми господарювання в сучасних умовах – це агропромислові холдинги чи інтегровані бізнес-групи, що спроможні забезпечити ефективну фінансово-економічну, структурну та планову діяльність. Окрім того, важливо впроваджувати інновації виробництва та популяризувати ресурсо- та енергозберігаючі технології з метою оптимізації собівартості, збільшення якості та асортименту продукції із м'яса.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваленко О.В., Лисенко Г.П. Потенціал матеріально-сировинних ресурсів у виробничих ланцюгах

основних галузей харчової промисловості. *Продовольчі ресурси*. 2018. № 11. С. 62–79.

2. Карп'як М.О. Особливості функціонування ринку м'яса в Україні та його вплив на розвиток економіки регіонів. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 1(129). С. 77–80.

3. Лозовська Н.М., Рожко З.П., Струс Л.А. Тенденції розвитку багатосторонніх ринків в умовах четвертої промислової революції / ред. О.В. Коваленко. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 2(14). С. 37–41.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.01.2020).

5. Офіційний сайт Асоціації «Свинарі України». URL : <http://asu.pigua.info/> (дата звернення: 28.01.2020).

REFERENCES:

1. Kovalenko O. V., Lysenko H. P. (2018) Potential material'no-syrovynnykh resursiv u vyrobnychyykh lantsyuhakh osnovnykh haluzey kharchovoyi promyslovosti [Potential of material and raw material resources in production chains of the main branches of the food industry]. *Food Resources*, 2018, No. 11. pp. 62-79.

2. Karp'yak M. O. (2018) Osoblyvosti funktsionuvannya rynku m'yasa v Ukraini ta yoho vplyv na rozvytok ekonomiky rehioniv [Features of the functioning of the meat market in Ukraine and its impact on the development of the economy of the regions]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. 2018, 1 (129), pp. 77-80.

3. Lozov'ska N. M., Rozhko Z. P., Strus L. A. (2018) Tendentsiyi rozvytku bahatostoronnnykh rynkiv v umovakh chetvertoyi promyslovoyi revolyutsiyi [Trends of Multilateral Markets Development in the Conditions of the Fourth Industrial Revolution]. *Economic Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy of Zaporizhia*, 2018, 2 (14), pp. 37 – 41.

4. Ofitsiyyny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 28 January 2020).

5. Ofitsiyyny sayt Asotsiatsiyi "Svynari Ukrainy" [The official site of the Association of Pigs of Ukraine]. Available at: <http://asu.pigua.info/> (accessed 28 January 2020).

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ

STUDY OF FOREIGN TRADE STRUCTURE OF UKRAINE AND ITS STRATEGIC PRIORITIES

УДК 339.5(477)(045)

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-13>

Мізюк С.Г.

к.е.н., доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки
Національний авіаційний університет

Морозова М.А.

студентка
Національний авіаційний університет

Miziuk Svetlana

National Aviation University

Morozova Maryna

National Aviation University

Статтю присвячено дослідженню основних стратегічних пріоритетів України, а саме детальному аналізу динаміки географічної структури зовнішньоторговельних операцій країни, для визначення основних напрямів торгівлі після зміни вектору зовнішньоторговельних відносин та поглиблення співпраці з країнами Європейського Союзу. Використовуючи статистичні методи дослідження, проаналізовано структуру експорту України за останні роки, визначено що основними експортними товарами є товари з низькою доданою вартістю та низьким рівнем переробки. Що стосується імпортних товарів, то наша країна купує переважно мінеральні продукти та їх похідні, що робить нашу державу залежною від продуктів паливно-енергетичного комплексу та країн – експортерів даної продукції. Проте, попри позитивні зрушення, експорт до країн Європи залишається незначним, передусім через імпорту товарів із високою доданою вартістю.

Ключові слова: стратегічні пріоритети, формалізовані методи, неформалізовані методи, статистичний підхід, структура експорту, імпорту товарів, питома вага торгівлі, сировинний потенціал.

Стаття посвячена исследованию основных стратегических приоритетов Украины, а

именно детальному аналізу динаміки географічної структури зовнішньоторговельних операцій країни, для визначення основних напрямів торгівлі після зміни вектору зовнішньоторговельних відносин. Використовуючи статистичні методи дослідження, проаналізовано структуру експорту України. Визначено, що основними експортними товарами України є товари з низькою доданою вартістю. Що стосується імпортних товарів, то Україна купує переважно мінеральні продукти та їх похідні. С потерей привычного для Украины рынка сбыта товаров государство получило возможность углубления отношений со странами Европейского Союза, что привело к небольшому экономическому росту. Однако, несмотря на положительные сдвиги, экспорт в страны Европы остается незначительным, в первую очередь из-за импорта товаров с высокой добавленной стоимостью.

Ключевые слова: стратегические приоритеты, формализованные методы, неформализованные методы, статистический подход, структура экспорта, импорт товаров, удельный вес торговли, сырьевой потенциал.

The article investigates the main strategic priorities of Ukraine, namely detailed analysis of the dynamics of the geographical structure of country's foreign trade operations, to determine the main directions of trade, after the change of the vector of foreign trade relations, and to deepen cooperation with EU. Using statistical methods, in the article was analyzed the structure of Ukraine's exports in recent years. Determined that the main export commodities Ukraine are products with low added value and low level of processing (in particular it is raw materials, which indicates that our country inefficiently uses available resources by exporting and importing raw materials). Ultimately, competitors are investing in the development of industries, and our government uses the profits to modernize the infrastructure and export raw materials. Relates to imported goods, our country mainly buys mineral products and by-products (such as oil, gas, nuclear reactors), which makes our country dependent not just on the products of the fuel and energy complex, and also dependent on the exporting countries of such products. On the one hand, Ukraine has lost its regular sales market – the Russian Federation, but the state has been given the opportunity to deepen relations with EU countries, which led to the small economic growth compared to the crisis period of 2015-2016. However, despite positive developments, exports to Europe remain low, primarily due to imports of high value-added goods. Ukraine is a commodity country, which has a negative impact on its economic growth. To increase the pace of development of the Ukrainian economy, the government requires restructuring of its export structure. These include the goods diversification, the decline in import of goods, and the increase in exports of high value-added goods. Country can receive a significant percentage of its GDP revenue in the case of the key market segments are developed. A focus on import substitution of fuel and energy resources will help the country reduce its dependence on raw material imports and fluctuations in the foreign market.

Key words: strategic priorities, formalized methods, non-formalized methods, statistical approach, structure of exports, imports of goods, share of trade, raw material potential.

Постановка проблеми. Економічний успіх будь-якої країни залежить від її торгівлі, і це не дивно, адже торгівля займає одне з провідних місць за впливом на економічний розвиток. Міжнародна торгівля долає вузькість ринку, обмеженість ресурсів, збільшує можливість упровадження нових технологій та надає можливість використовувати ресурси країни більш раціонально. Що стосується України, то на нашому ринку присутня низка галузей, які є конкурентоспроможними, однак ці галузі не виробляють товарів із високою доданою вартістю, а, навпаки, пропонують сировину чи готову продукцію, що є вкрай неефективним, адже зазвичай розвинені країни для отримання максимальних прибутків експортують високотехнологічні послуги,

зберігаючи свої природні ресурси. Дослідження основних тенденцій зовнішньої торгівлі України, її сучасного стану, динаміки та структури є актуальним питанням, що допоможе визначити основні вектори напряму розвитку зовнішньоторговельних відносин країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання зовнішньої торгівлі та її впливу на економічний розвиток описане у працях багатьох відомих учених. Сюди можна віднести роботи класиків: А. Сміта, Д. Рікардо, В. Оліна, Е. Хекшера, В. Леонтєва. Сучасний стан, а також проблеми розвитку міжнародної економіки досліджували такі відомі вчені, як А. Мазаракі, Р. Бондар, Ю. Макогон [2]. Питання аналізу експортно-імпортних операцій

у контексті зовнішньої торгівлі перебуває у полі зору відомих дослідників та аналітиків. Серед них – О. П'янкова, А. Задоя, Ю. Туницька, В. Тихонова. У працях таких відомих вітчизняних учених, як А. Дунська [11], Ю. Іщук, О. Ралко, Ю. Туницька [10], описано дослідження пріоритетних трансформацій зовнішньої торгівлі України, представлено опис різних проблем експортно-імпортних потоків, а також питання трансформації зовнішньої торгівлі України.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні основних тенденцій зовнішньої торгівлі України, а саме детальному аналізу динаміки географічної структури зовнішньоторговельних операцій, для визначення основних напрямів торгівлі, а також в аналізі структури зовнішньої торгівлі країни для окреслення стратегічно важливих груп товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для України зовнішня торгівля є вкрай важливим питанням. Після розпочатої гібридної війни проти нашої держави, зниження купівельної спроможності населення країни, виникнення обмеженого доступу до звичних ринків збуту товарів, що значно вплинуло на розвиток більшості секторів економіки, починаючи з 2016–2017 рр. відновилося невелике зростання нашої економіки. За останні роки кардинально змінилися географічні орієнтири зовнішньоторговельних процесів. Якщо раніше значний відсоток зовнішньоторговельних операцій припадав на Російську Федерацію та країни СНД, то після підписання низки економічних угод з ЄС наша країна все більше поглиблює свої відносини з країнами Європейського Союзу. Конкуренція, яка існує на європейському ринку, зумовлює розвиток стратегічних галузей, що позитивно впливає економічне становище країни. Україна належить до країн із великою експортною квотою, але навіть при цьому наша держава значно поступається

розвиненим країнам в обсягах експорту на душу населення.

Для встановлення основних стратегічних пріоритетів, тенденцій сучасного стану зовнішньої торгівлі країни прийнято застосовувати низку методів та підходів, які можна розділити на дві основні категорії: неформалізовані, або якісні, та формалізовані – кількісні. Професором кафедри міжнародних економічних відносин КНЕУ запропоновано систематизацію методів/підходів до дослідження структури та динаміки зовнішньої торгівлі країни. Досить важливим є застосування будь-яких формалізованих методів дослідження, адже це передбачає визначення чинників, які зображають стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі. Найбільш поширеними є індикативний та індексний методи дослідження (рис. 1).

Індикативний метод ґрунтується на розрахунку основних показників зовнішньої торгівлі, а також їх порівнянні. Індексний метод, що активно застосовується різними вченими, окреслює розрахунок основних індексів, які ґрунтуються на співвідношеннях показників торгівлі. Аналіз збалансованості допомагає класифікувати інформацію щодо зовнішньої торгівлі, охарактеризувати основні тенденції, а також чинники, що впливають на торгівлю. Мінусом даного методу є те, що він дає лише суху статистику і не дає змоги надати будь-які прогнози щодо динаміки показників.

Факторний підхід спирається на виявлення та систематизацію чинників, які впливають на динаміку зовнішньої торгівлі країни. Використовується для оцінки стану, а також для визначення основних перспектив розвитку зовнішньої торгівлі. Даний метод є доволі ефективним засобом для виявлення загальних закономірностей міжнародної спеціалізації країни, особливо в ситуації пошуку нових ринків збуту, через великий обсяг

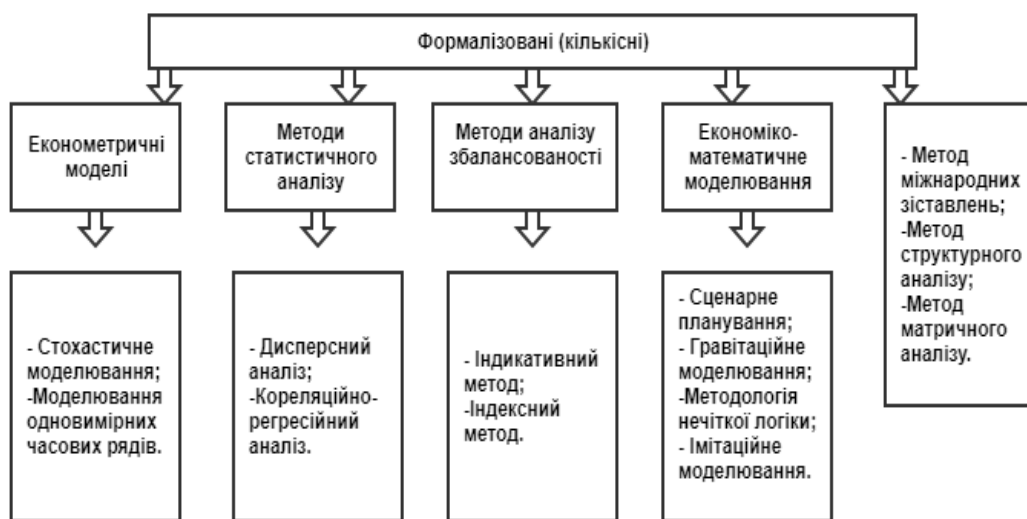


Рис. 1. Формалізовані методи дослідження структури та динаміки зовнішньої торгівлі України [3]



Рис. 2. Неформалізовані методи дослідження структури та динаміки зовнішньої торгівлі України [3]

статистичних даних або ж для виключно описового характеру дослідження.

У нашому разі доцільно застосовувати статистичні методи, основною їхньою перевагою є те, що вони досить надійні. Головне завдання таких методів – це стиснення інформації, оскільки, працюючи з великою кількістю даних, людина не може зробити коректні висновки.

Для детального аналізу, використовуючи базу статистичних даних Державної служби статистики України, представимо структуру експорту нашої країни за останні п'ять років.

З отриманих даних ми можемо дійти висновку, що друге місце серед товарів, від яких країна отримує найбільше надходжень до ВВП, займають продукти агропромислового комплексу. Україна входить до основних світових експортерів аграрної продукції. Передусім це зернові культури: 15,3% у 2018 р., що на 20,9% більше порівняно з 2014 р., коли експорт становив 12,1%. Також значними є обсяги експорту олії – 9,4% у 2018 р. від загальної кількості порівняно з 7,1% у 2014 р.

Такого росту вдалося досягти завдяки поглибленій співпраці з Європейським Союзом, що дає можливість перейняти досвід ЄС з актуальних питань у сфері аграрного сектору, але навіть за таких обставин український експорт сільськогосподарської продукції залишається досить вузько спрямованим.

Перше місце займає експорт недорогоцінних металів, найбільше припадає на чорні метали – 21%, після досить довгого періоду негативної динаміки вперше експорт металів зріс. У 2015–2016 рр. експорт чорних металів тримався на рівні 19,9%, але навіть після поглиблення торговельних відносин з Європейським Союзом Україні не вдалося досягти тих обсягів експорту, які зберігалися до подій 2014 р., коли частка становила 23,9% від загального обсягу. Як бачимо, ключовими статтями експорту є товари з низькою доданою вартістю, а також із низьким рівнем переробки. Це свідчить про те, що ми не можемо говорити про перехід на високотехнологічні моделі виробництва, оскільки це не дає змоги зробити загальна продуктивність, тобто структурна перебудова експорту буде вкрай неефективною.

Після втрати одного з найбільших торговельних партнерів змінився вектор зовнішньоторговельних відносин України. Якщо раніше значна частина експортно-імпортних операцій припадала на Російську Федерацію, то після перебудови зовнішньоторговельних орієнтирів Україна отримала шанс поглибити торговельні відносини з країнами Європейського Союзу та Європи у цілому. Для наочного зображення представимо діаграму географічної структури зовнішньої торгівлі товарами України за останні роки, використовуючи базу статистичних даних країни.

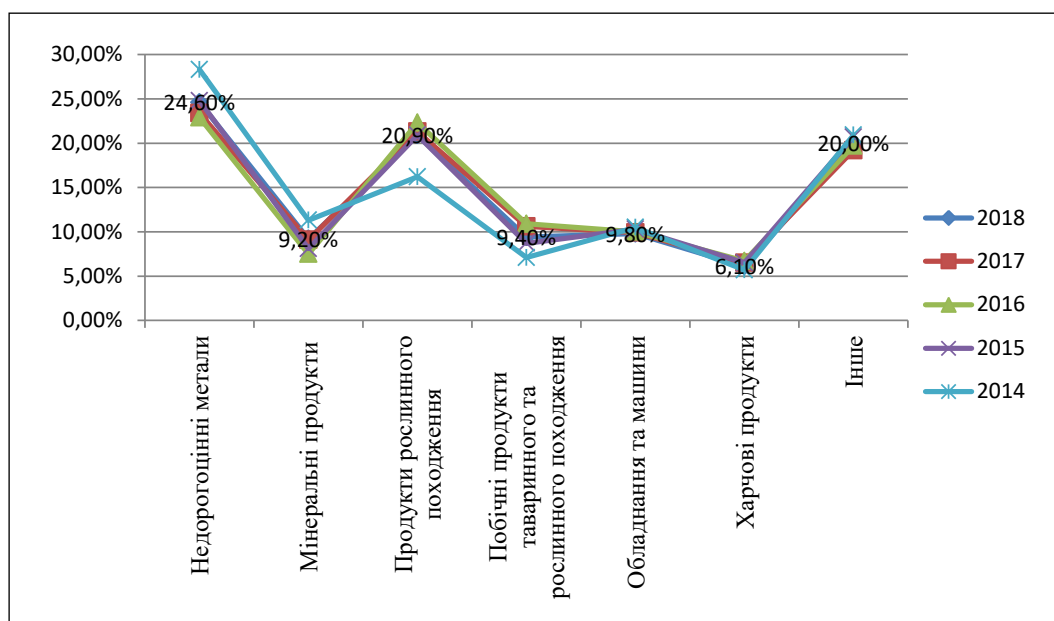


Рис. 3. Динаміка товарної структури експорту України за останні п'ять років [4]

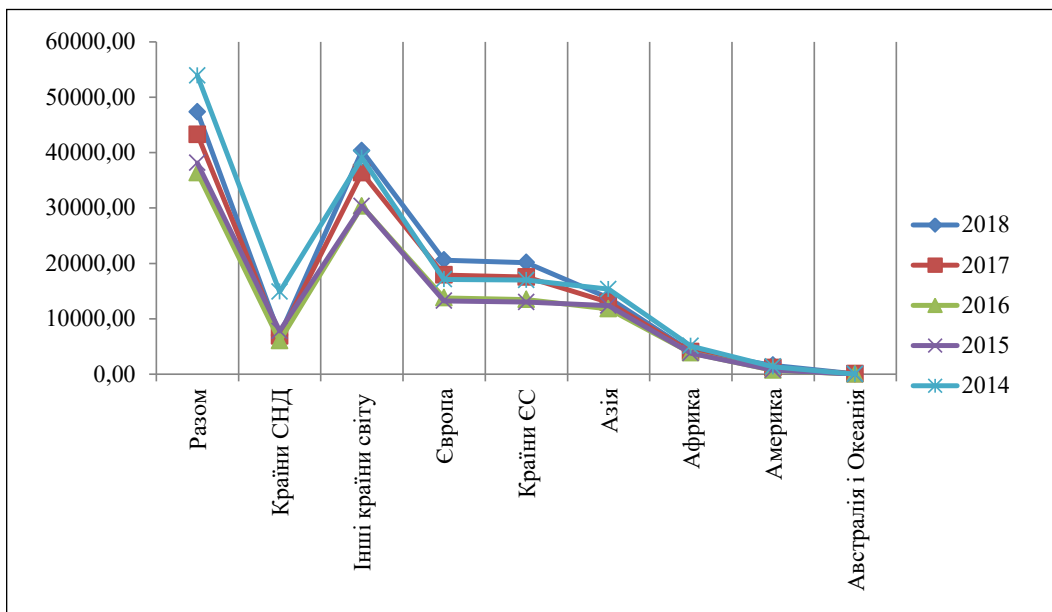


Рис. 4. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами України за останні п'ять років, млн дол. США (експорт)

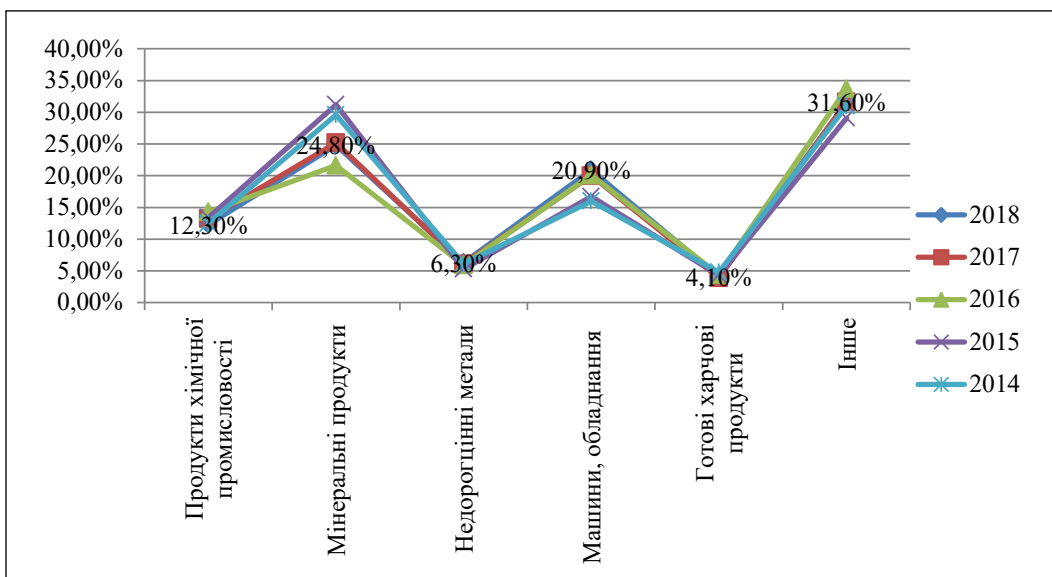


Рис. 5. Динаміка товарної структури імпорту України за останні п'ять років [4]

Можемо бачити, що питома вага торгівлі у період із 2014 по 2016 р. мала тенденцію до скорочення. Це пов'язано з подіями 2014 р. У 2015 р. експорт до країн СНД, зокрема й до Росії, зменшився на 90,64% порівняно з 2014 р. і досі залишається рекордно низьким.

Водночас країна отримала можливість експорту товарів до країн Європейського Союзу без сплати митних зборів. Ми бачимо значне зростання порівняно з періодом 2014–2016 рр. Частка експорту в 2017 р. становила 43 264,70 млн дол. США, що на 15,9% більше порівняно з 2016 р. Проте експорт до європейських країн, попри позитивні зрушення, не є досить успішним через високу частку імпорту товарів із високою доданою вартістю. У 2018 р.

загальний обсяг торгівлі товарами між Україною та ЄС становив 47 335,00 млн дол. США. Як і раніше, основними статтями експорту залишилися сільськогосподарська продукція та сировина.

Україна належить до країн із сировинним потенціалом, тобто експортує сировину за кордон, а там її переробляють і повертають нам у вигляді готових імпортованих товарів, що є вкрай неефективним. Отриману додану вартість конкуренти інвестують у нові виробничі потужності, натомість наша країна використовує отримані гроші на модернізацію інфраструктури для експорту сировини. Державі потрібно зрозуміти, що переробка сировини всередині країни може принести позитивні зрушення у живленні різних сфер економіки.

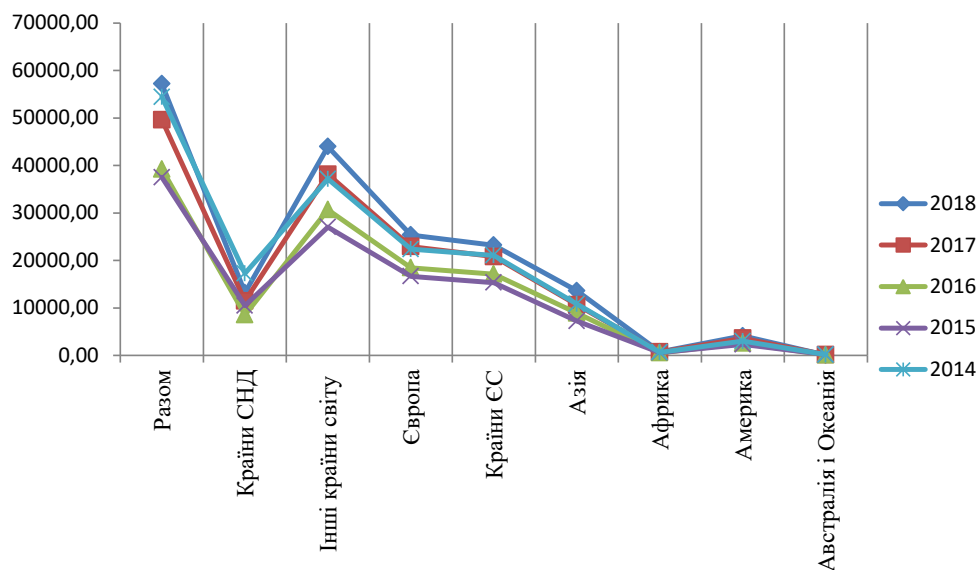


Рис. 6. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами України за останні п'ять років, млн дол. США (імпорт)

Проаналізувавши товарну структуру імпорту, бачимо, що найбільше імпортованих товарів припадає на мінеральні продукти, із них, за даними Державної служби статистики, 23,4% – це мінеральні палива, нафта та продукти її перегонки; у 2014 р. дана стаття трималася на рівні 27,8%. Друге місце займають машини, обладнання та механізми – 20,9% у 2018 р., з яких 11,3% припадає на ядерні реактори, котли та машини. Це вказує на те, що наша країна є вкрай залежною від паливно-енергетичного комплексу, а отже, і від країн-імпортерів. Значна частина припадає й на обладнання, машини, механізми. Усе це вказує на те, що наша країна використовує стратегію імпорту продукції.

Із представлених даних ми можемо спостерігати, що імпорт товарів зріс у 2018 р. на 13,25% порівняно з 2017 р. і є найбільшим за останні п'ять років. Значно зросла частка імпорту з країн Європейського Союзу, імпорту товарів із країн ЄС зріс на 46,8% порівняно з кризовим періодом 2015 р. Завдяки Угоді про асоціацію з ЄС для України збільшилася роль країн Європи в торгівлі. Що стосується країн СНД, то ми бачимо значне зниження імпорту в період із 2015 по 2016 р., але нині імпорт із цих країн залишається значним передусім через залежність економіки країни від поставок енергоносіїв.

Висновки з проведеного дослідження.

Спираючись на всі вищенаведені факти, можемо стверджувати, що, змінивши вектор зовнішньоторговельних відносин, Україна значно поглибила співпрацю з країнами Європейського Союзу та Європи у цілому, що дало можливість переорієнтувати торгівлю з уже звичного ринку СНД та Росії та перейняти європейський досвід з актуальних

питань у сфері аграрного сектору. Проте український експорт усе ще залишається досить вузько спрямованим, що заважає говорити про перехід на високотехнологічні моделі виробництва. Ключовими статтями українського експорту все ще залишаються товари з низьким рівнем переробки або низькою доданою вартістю, що свідчить про вкрай неефективне використання природних ресурсів. Для збільшення темпів розвитку економіки України державі потрібна перебудова структури експорту. Сюди можна віднести виготовлення диверсифікованих товарів і скорочення частки експорту сировини, виготовлення наукомістких товарів, а також нарощення темпів обсягу товарів із високою доданою вартістю. Усім відомий факт, що країни імпортують товари, які не можуть виробляти самостійно, і в ідеальному варіанті експорт товарів повинен перевищувати імпорт. Що стосується України, то в останні роки зберігається негативна тенденція, коли імпорт перевищує експорт, як наслідок, сальдо торговельного балансу є від'ємним.

Збільшення частки інвестицій, у першу чергу в комплекс АПК, допоможе модернізувати сучасну структуру сільського господарства, створити робочі місця з гідною заробітною платою та змінити негативну тенденцію, оскільки частка залучених іноземних інвестицій в агропромисловий сектор залишається незначною, наприклад у 2018 р. вона становила лише 1,7% від загального обсягу інвестицій.

Місце експорту в економіці є значним, але аналіз тенденцій зовнішньої торгівлі показує значну залежність країни від імпорту енергоносіїв. Країні потрібен пошук альтернативних джерел

енергії. У сучасному світі на перший план виходить неабияке занепокоєння про екологію. Пошук альтернативних джерел енергії дасть змогу створити позитивний імідж для країни, це можливість утілення в життя ідей молодого покоління, а також залучення значного обсягу іноземних інвестицій, що призведе до позитивних економічних зрушень. На даному етапі ми можемо лише стверджувати, що існує значний вплив із боку країн – експортерів продуктів паливно-енергетичного комплексу. Для зменшення залежності від впливу країн-експортерів доцільно використати стратегію імпортозаміщення паливної продукції, зокрема нафти. Для подолання існуючих кризових явищ в економіці уряду країни потрібно проводити виважену політику щодо стимулювання власного виробництва продукції та модернізації уже існуючих підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Касич А.О., Дідур С.В. Структурні характеристики зовнішньої торгівлі України. URL : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2995/1/20161115_505.pdf (дата звернення: 25.12.2019).
2. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура і тенденції. *Академічний огляд*. 2016. № 2(45). С. 110–117.
3. Калюжна Н. Зовнішня торгівля України: методологія дослідження. URL : [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2017/01\(90\)/ZT_01_2017_st_02.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2017/01(90)/ZT_01_2017_st_02.pdf) (дата звернення: 25.12.2019).
4. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2018 році : статистичні бюлетені. URL : https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt1218_u.htm (дата звернення: 22.12.2019).
5. Основні показники зовнішньої торгівлі України. URL : http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini (дата звернення: 28.12.2019).
6. Експорт чорних металів: надходження від реалізації зросли майже на 22,6%. URL : <https://www.unn.com.ua/uk/news/1727257-eksport-chornikh-metaliv-nadkhodzheniya-vid-realizatsiyi-zrosli-mayzhe-na-22-6> (дата звернення: 28.12.2019).
7. Експорт–2014: сумні тенденції. Де виграла і де програла Європа? URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/03/12/7031779/> (дата звернення: 28.12.2019).
8. Тенденції зовнішньої торгівлі товарами України з країнами Європи. URL : <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=69463442> (дата звернення: 25.12.2019).
9. Віннічук Ю. Чому Україна бідна. URL : https://biz.censor.net.ua/resonance/3117488/chomu_ukrana_bdna (дата звернення: 28.12.2019).
10. Туницька Ю.М. Проблеми розвитку зовнішньої торгівлі товарами України. URL : <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/95631> (дата звернення: 22.12.2019).
11. Дунська А. Експортно-імпортна діяльність України. URL : [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/5.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/5.pdf) (дата звернення: 22.12.2019).

REFERENCES:

1. A.O. Kasych, S.V. Didur (2008) Strukturni kharakterystyky zovnishnoi torhivli Ukrainy [STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF FOREIGN TRADE OF UKRAINE] Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2995/1/20161115_505.pdf (accessed 25 December 2019).
2. Zadoy A.O. (2016) Zovnishnia torhivlia ukrainy: suchasni mashtaby, struktura i tendentsii [Ukraine's international trade: current scale, structure and trends] *Akademichnyi ohliad*. No 2(45) pp. 110. 117 (accessed 25 January 2019).
3. Kaliuzhna N. (2017) Zovnishnia torhivlia ukrainy: metodolohiia doslidzhennia [External trade of Ukraine: research methodology] Available at: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2017/01\(90\)/ZT_01_2017_st_02.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2017/01(90)/ZT_01_2017_st_02.pdf) (accessed 25 December 2019).
4. Tovarna struktura zovnishnoi torhivli u 2018 rotsi [Commodity structure of foreign trade in 2018] *Statystychni biuleteni*. Available at: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt1218_u.htm (accessed 22 December 2019).
5. Osnovni pokaznyky zovnishnoi torhivli Ukrainy [The main indicators of foreign trade of Ukraine] Available at: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini (accessed 28 December 2019).
6. Eksport chornikh metaliv: nadkhodzhenia vid realizatsii zrosly maizhe na 22,6 % [Exports of ferrous metals: sales revenues increased by almost 22.6%]: Available at: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1727257-eksport-chornikh-metaliv-nadkhodzheniya-vid-realizatsiyi-zrosli-mayzhe-na-22-6> (accessed 28 December 2019).
7. Eksport–2014: sumni tendentsii. De vyhrala i de prohrala Yevropa? [Export-2014: sad trends. Where has Europe won and lost?] Available at: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/03/12/7031779/> (accessed 28 December 2019).
8. Tendentsii zovnishnoi torhivli tovaramy Ukrainy z krainamy Yevropy [Trends in foreign trade in goods of Ukraine with European countries] Available at: <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=69463442>. (accessed 25 December 2019).
9. Y. Vinnichuk (2019) Chomu Ukraina bidna [Why Ukraine is Poor] Available at: https://biz.censor.net.ua/resonance/3117488/chomu_ukrana_bdna (accessed 28 December 2019).
10. Y. Tunitska (2015) Problemy rozvytku zovnishnoi torhivli tovaramy Ukrainy [Problems of development of foreign trade in goods of Ukraine] Available at: <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/95631> (accessed 22 December 2019).
11. Dunska A. (2016) Eksportno-imporna diialnist Ukrainy [Export-import activities Ukraine.] Available at: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/5.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/5.pdf) (accessed 22 December 2019).

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕХНОПАРКІВ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ

FEATURES OF INNOVATIVE POTENTIAL REALIZATION OF TECHNOLOGICAL PARKS IN WORLD'S LEADING COUNTRIES

УДК 330.341.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-14>

Петрина М.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Кочкодан В.Б.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Petryna Mariya

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Kochkodan Volodymyr

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

У статті розглянуто особливості реалізації інноваційного потенціалу технологічних парків провідних країн світу. Доведено, що найбільш поширеною концепцією, яка є головним економічним інструментом прискорення НТП, є технопаркова концепція розвитку. Велике різноманіття парків розподіляється за чотирма категоріями: регіон науки, технополіс, науковий (технологічний) парк, інкубатор. Обґрунтовано, що наукові парки є незамінною формою об'єднання науки і підприємництва, стимулювання науково-технологічного прогресу, вирощування ідей та форм наукоємного бізнесу. Визначено, що наукові парки можна умовно звести до трьох моделей: американської (США, Великобританія), японської (Японія) і змішаної (Франція, Німеччина), кожна з яких має свої характерні особливості. Виокремлено основні досягнення в національній економіці провідних країн світу, спричинених реалізацією інноваційного потенціалу технопарків.

Ключові слова: технопарки, технопаркові структури, технополіси, регіон науки, інкубатори, інновації, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, американська модель, японська модель, змішана модель.

В статті рассмотрены особенности реализации инновационного потенциала

технопарков ведущих стран мира. Доказано, что наиболее распространенной концепцией, которая выступает главным экономическим инструментом ускорения НТП, является технопарковая концепция развития. Большое разнообразие парков распределяется по четырем категориям: регион науки, технополис, научный (технологический) парк, инкубатор. Обосновано, что научные парки являются незаменимой формой объединения науки и предпринимательства, стимулирования научно-технологического прогресса, выращивания идей и форм наукоёмкого бизнеса. Определено, что научные парки можно условно свести к трем моделям: американской (США, Великобритания), японской (Япония) и смешанной (Франция, Германия), каждая из которых имеет свои характерные особенности. Выделены основные достижения в национальной экономике ведущих стран мира, вызванные реализацией инновационного потенциала технопарков.

Ключевые слова: технопарки, технопарки структуры, технополисы, регион науки, инкубаторы, инновации, инновационный потенциал, инновационное развитие, американская модель, японская модель, смешанная модель.

The features of innovative potential realization of technological parks in world's leading countries are reviewed in this article. Innovative infrastructure plays one of the key roles in forming an innovative model of economic development. It is proved that the most widespread concept, which is the main economic instrument of scientific and technological progress acceleration, is the technological park concept of development. The wide variety of parks is divided into four categories: region of science, technopolis, science (technological) park, and incubator. The role of the state authorities as one of the most influential participants in all aspects of the creation and development of science parks has been investigated; although in most countries the state authority is not a direct initiator and participant of a particular park complex. It is justified that science parks are an indispensable form of uniting science and entrepreneurship, stimulating scientific and technological progress, cultivating ideas and forms of knowledge-intensive business. It is determined that "science parks" can be roughly reduced to three models – American (USA, UK), Japanese (Japan) and mixed (France, Germany), each with its own peculiarities. The American model identifies three types of "science parks" that have their own characteristics. Within the American model, the European model of the technological park is singled out, which relies on large research centers and is a kind of a bridge for technology transfer between the scientific sphere and industry. The Japanese model involves the construction of entirely new cities – the so-called "technopoles", which focus scientific research in advanced and pioneering industries and high-tech industrial production. Within the Japanese model, the Chinese model of technological parks is singled out, which has some differences compared to other countries. The mixed model is focused on both Japanese and American models. The main achievements in the national economy of the world's leading countries, caused by the realization of technological parks' innovative potential, are highlighted.

Key words: technological parks, technological park structures, technopoles, region of science, incubators, innovations, innovative potential, innovative development, American model, Japanese model, mixed model.

Постановка проблеми. Під час формування інноваційної моделі розвитку економіки одну з ключових ролей відіграє інноваційна інфраструктура. Вона забезпечує стійкі зв'язки між суб'єктами інноваційної діяльності і через реалізацію свого інноваційного потенціалу сприяє прискоренню трансферу знань та дифузії технологій. Прийнятною формою для цього є будь-які структури, апробовані світовою практикою, і такі, що дають змогу сконцентрувати фінансові і матеріальні ресурси на інноваційному розвитку. Найбільш поширеною концепцією, яка є головним економічним інструментом прискорення НТП, є технопаркова концепція розвитку [1–5]. За світовими даними, у розвинутих країнах світу технологічні інновації,

що впроваджуються в рамках вказаної концепції, забезпечують майже 50% ефективності ринкової економіки, а на частку новітніх технологій, інноваційної продукції, нових підходів до організації виробництва та у сфері послуг припадає до 80% приросту ВВП [1; 4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку технопарків провідних країн світу та особливостей реалізації їхнього інноваційного потенціалу присвячено праці таких учених, як: А.А. Мазур, І.Б. Гагауз, Д.Ю. Мерцалов, О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землякін, І.О. Уханова, І.В. Антипов та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є виокремлення та узагальнення особливостей

реалізації інноваційного потенціалу технопарків провідних країн світу як каталізаторів інноваційного перетворення їх національних економік.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Організації типу «наукові парки» довго лишалися специфічним американським феноменом. У 70-х роках вони почали з'являтися в Західній Європі, а в останнє десятиліття «паркова хвиля» охопила практично всі розвинуті держави світу і багато країн, що розвиваються (Індію, Малайзію, Таїланд та ін.). Нині загальне число різноманітних парків нараховує тисячі. Функціонують і міжнародні асоціації цих організацій.

Велике різноманіття парків розподіляється за чотирма категоріями: регіон науки, технополіс, науковий (технологічний) парк, інкубатор (рис. 1).

В основі наукових парків лежать чотири принципи:

- створення максимально сприятливих умов для наукоємного виробництва, інноваційного бізнесу і, таким чином, науково-технологічного прогресу;

- максимальне зближення, у тому числі й територіальне, науки, виробництва і комерції;

- об'єднання фірм, які розробляють різноманітні види наукоємної продукції, що дає змогу створити умови для продуктивного обміну ідеями і досвідом;

- створення для розвитку ідей сприятливих умов для їх виживання на ринку.

Основними структурними компонентами парку є: територія та будівлі; науково-дослідний центр із його кадровим та науковим потенціалом; промислові підприємства та фірми, що перетворюють науковий потенціал дослідного центру на ринкову продукцію; адміністративно-управлінська структура, що забезпечує функціонування всього комплексу як єдиного цілого; заклади інфраструктури підтримки – виробничої та побутової.

У процесі створення наукового (технологічного) парку в ролі дослідного центру можуть виступати: вищий навчальний заклад (університет), державна лабораторія чи інститут, науково-дослідний підрозділ організацій державного чи приватною сектору. Найпоширеніший на Заході варіант пов'язаний з університетами, де крупні вищі школи традиційно є не лише навчальними закладами, а

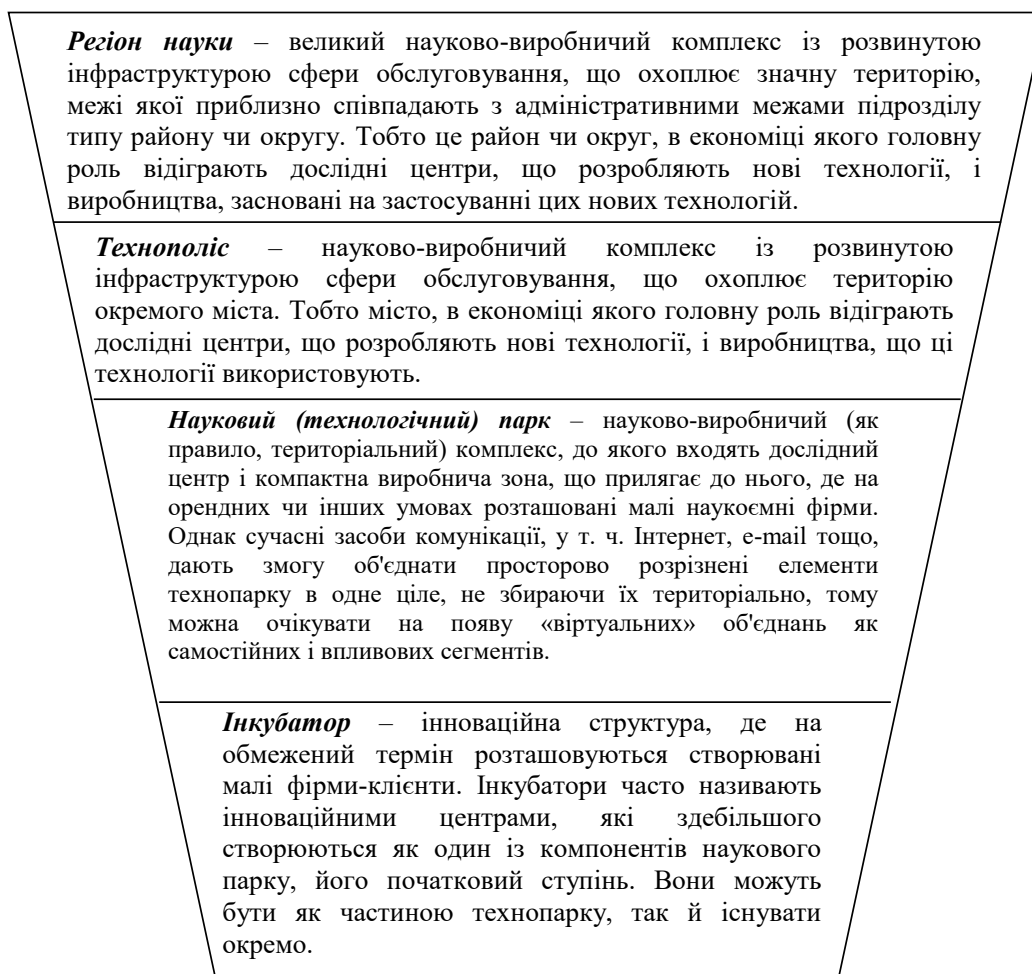


Рис. 1. Категорії наукових парків

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 4]

й провідними центрами фундаментальної та прикладної науки.

Держава – одна із найбільш впливових дійових осіб у всіх аспектах створення та розвитку наукових парків, хоча в більшості країн вона не є безпосереднім ініціатором і учасником того чи іншого конкретного паркового комплексу (виняток – уряд Японії з його програмою технополісів). Скажімо, у Великобританії більше половини наукових парків побудовані так званими агентствами розвитку (Development agencies) – державними організаціями, створеними для надання допомоги сільськогосподарським районам та районам із високим рівнем безробіття в організації сучасної промислової бази (такі агентства є у США, Шотландії, Уельсі, Північній Ірландії). А перші інкубатори у Сполучених Штатах Америки взагалі фінансувалися Національним науковим фондом. До того ж, окрім допомоги паркам, уряд надає пільги і субсидії їхнім клієнтам на індивідуальній основі як малим наукоємним фірмам.

У результаті підвищеної уваги і доброго фінансування велика кількість регіонів із відсталих швидко перетворилися на прогресивні. Але наукові парки не треба ідеалізувати. Як і все хороше, вони мають свої недоліки:

- є не найвигіднішим місцем для вкладення капіталу, потребують для своєї «розкрутки» не менше п'яти-шести років;

- нерідко конфліктують з університетами, на базі яких створені;

- привчають фірми, що входять до їх складу, до тепличних умов, іноді опікуються структурами, які не мають ніякого відношення до науки.

Тим не менше наукові парки є незамінною формою об'єднання науки і підприємництва, стимулювання науково-технологічного прогресу, вирощування ідей і форм наукоємного бізнесу. У більшості західних країн понад 90% фірм потерпають від невдач у перші п'ять років свого існування. Якщо ж такі фірми виростають під опікою наукових парків, вони виявляються більш життєздатними. У Великобританії, наприклад, банкрутують лише 3% «паркових» фірм. Приналежність до наукового парку сприяє авторитету в комерційних кругах. Окрім того, наукові парки спрямовані на новаторські підходи, поліпшення умов праці і життя. Тому цивілізовані країни переконані в необхідності розвитку наукових парків.

Основна ідея технопарків – комерціалізація наукових досліджень університетських, академічних та інших дослідних центрів, наукова продукція яких за допомогою інноваційних процедур доводиться до промислових та комерційних структур. Сьогодні у світі нараховується декілька сотень технопарків різних видів, більшість з яких зосереджена в США, Європі, Японії та Китаї, тобто в регіонах, що економічно найбільш вагомі та найбільш динамічно розвиваються [7].

Наукові парки можна умовно звести до трьох моделей: американської (США, Великобританія), японської (Японія) і змішаної (Франція, Німеччина), характерні особливості кожної з яких відтворено на рис. 2.

Американська модель технологічних парків набула найбільшого поширення у світі. Сполучені Штати Америки раніше за інших вступили в сучасний етап науково-технічної революції з усіма економічними і соціальними змінами, характерними для переходу до постіндустріального або інформаційного суспільства [10; 11]. Відповідно, й нові форми інтеграції науки з виробництвом, які є одним із проявів цих процесів, виникли тут уперше, раніше досягли зрілості і вже звідси, зі США, почали поширюватися на інші країни і континенти. Концепція створення парку вперше була реалізована в Каліфорнії (США) в 50-х роках [2]. Незаперечний той факт, що створені тут наукові та технологічні парки значною мірою сприяли перетворенню відсталих сільськогосподарських регіонів на технологічно найрозвинутіші, з найвищим рівнем життя в країні.

Справжній вибух наукових парків у США розпочався пізніше, із середини 80-х років, коли Конгрес США надав університетам право комерційного використання результатів деяких досліджень, виконаних за допомогою федеральних грантів. Це дало можливість університетам отримати додаткові джерела доходів за рахунок комерційного використання цих досліджень у роботі з приватними компаніями. Сьогодні у США функціонує понад 140 наукових і технологічних парків, а з 25 найбільших університетів 23 мають наукові парки, де створено сотні компаній і тисячі робочих місць. Окрім того, більшість парків має технологічні бізнес-інкубатори, яких нині у США – 160 [12].

В американській моделі виділяють три типи наукових парків (рис. 2). Найбільш відомим прикладом є Стенфордський (Силіконова долина) у США. Він розташований на землях університету, які здаються в оренду терміном на 51 рік високотехнологічним компаніям, що взаємодіють з університетом, де викладає багато інженерів-дослідників. Парк був оголошений заповненим у 1981 р. – 80 компаній і 26 тис. зайнятих. Серед компаній – три головних заклади геологічної служби США, гіганти електроніки (IBM, Hewlett Packard), аерокосмічні компанії («Локхід»), хімічні і біотехнологічні.

Типовий приклад дослідницького парку, в якому на землях університету знаходяться не підприємства і лабораторії власне промислових компаній, а дослідницькі інститути некомерційного характеру, тісно пов'язані з промисловістю, – Центр Іллінойського технологічного інституту (ITI), приватний дослідницький центр США з бюджетом близько 68 млн дол. на рік [13].

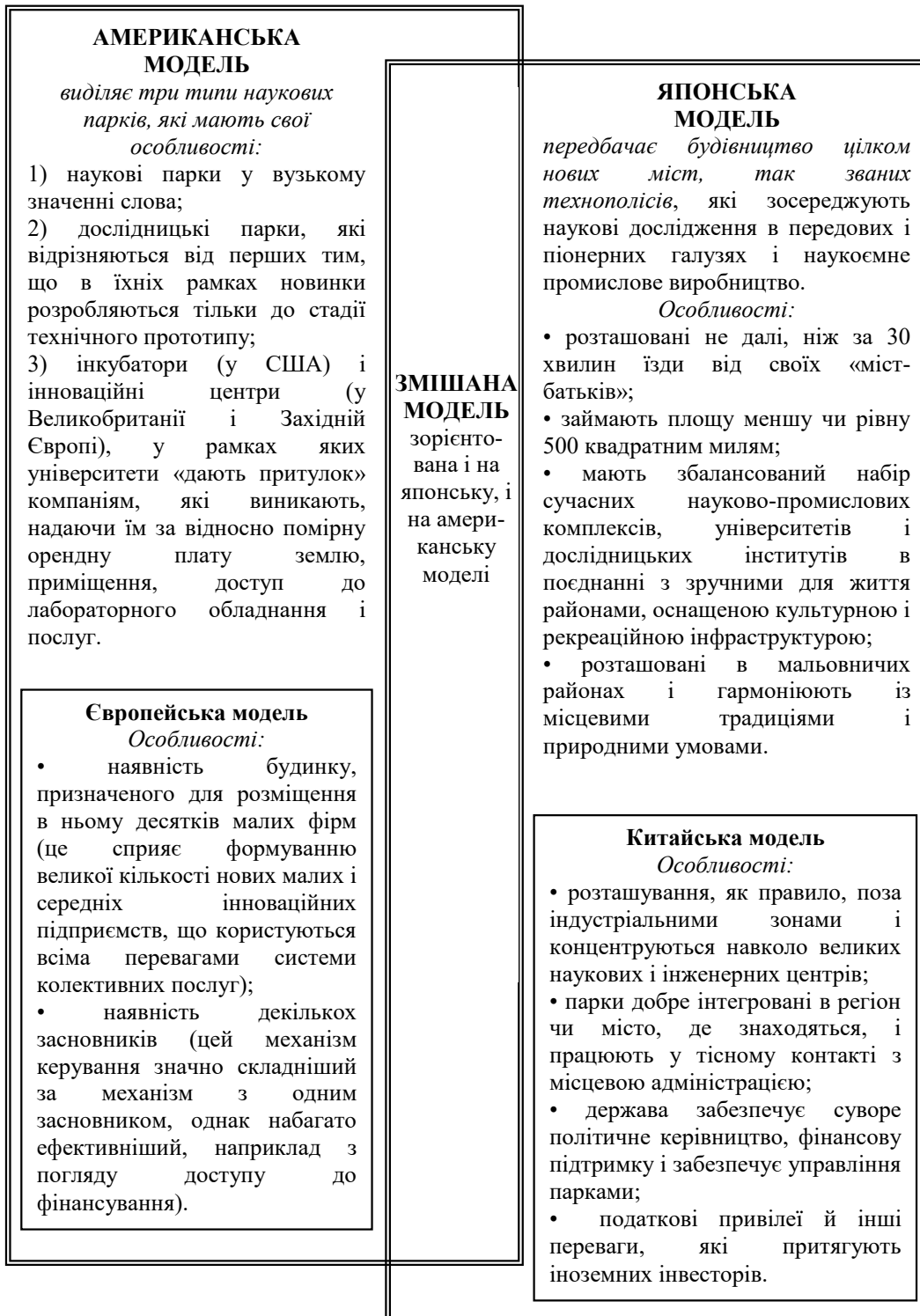


Рис. 2. Моделі наукових парків та їхні особливості

Джерело: розроблено авторами на основі [3; 8; 9]

«Ідеальний» тип дослідницького парку являє собою старий науковий парк Шотландії – Херіот-Уотський: це єдиний науковий парк в Європі, де дозволено тільки проведення науково-дослідних робіт і заборонено масове виробництво.

Із початку 80-х років у західноєвропейських країнах отримала поширення нова для цих країн

різноманітність технопарків, зорієнтована на потреби малих високотехнологічних підприємств, – інноваційні центри, подібні до американських «інкубаторів». Їхнє завдання – з'єднати ідеї й винаходи з капіталом і підприємцями, притягувати суспільні та приватні фонди, щоб забезпечити «стартовий період» новим компаніям. Функції інноваційних

центрів охоплюють різноманітні стадії інноваційного процесу, а особливо стимулювання переходу від експериментального виробництва до комерційного освоєння нової продукції. Для цього не завжди потрібне створення нових компаній. Часто інноваційні центри надають дослідникам-підприємцям допомогу в продажі ліцензії на новий продукт уже існуючим виробникам.

Інкубатори бізнесу виявилися настільки вдалою формою підтримки нового підприємництва, що за останні десять років їх кількість у США швидко виросла з кількох десятків до 575, об'єднаних у Національну асоціацію інкубаторів бізнесу. Всього в світі нараховується понад 2 тис. самостійно діючих інкубаторів бізнесу [14]. Після США найбільше поширення вони отримали в Західній Європі.

Парадоксально, але факт, що саме кризові ситуації викликають бурхливий ріст технопарків. Коли на початку 80-х років райони Великобританії потерпали від кризи в текстильній та вугільній промисловості, Маргарет Тетчер прийняла рішення про створення у цих регіонах поблизу університетів технопарків. Зараз їх понад 40. Ставка на технопарки у Великобританії повністю себе виправдала.

Перші європейські парки були створені в 1971 р. в Шотландії при Единбурзькому університеті і в Карпусі Кембриджського університету. Незважаючи на те що в Європі науково-технологічні парки почали з'являтися пізніше американських, вони також виступили в ролі генераторів створення у промисловості нових робочих місць, спрямованих на впровадження новітніх досягнень науки і техніки. Сьогодні європейська інноваційна структура нараховує понад 1,5 тис. різноманітних інноваційних центрів, у тому числі понад 260 науково-технологічних парків, яким властивий короткий термін становлення.

Європейська модель технопарку, як правило, спирається на великі дослідницькі центри і являє собою свого роду місток для трансферу технологій між науковою сферою і промисловістю. Клієнтами технопарків в Європі є велика кількість підприємств як державної, так і приватної форми власності. Близько 70% усіх клієнтів – приватні фірми.

Прикладом європейського технопарку може слугувати Chateau Bombert Technopole (м. Маріель, Франція), який займає площу 180 га, об'єднує 50 підприємств, на яких зайнято 1 100 співробітників. До послуг фірм – інфраструктура технопарку, бізнес-інкубатор, конференц-зали, виставкові зали, ресторан, технологічний інститут, центр розвитку промисловості. Крім того, створений і діє міжнародний центр роботизації і штучного інтелекту.

Однією з високотехнологічних країн Європи, що розвивається найбільш ефективно, є Фінляндія. Рационально побудована система наукових організацій, активне сприяння держави (на науку

витрачається 4,5% ВВП) дали змогу цій країні за короткий термін здійснити прорив у число високо розвинутих індустріальних держав, економіка яких спрямована у XXI ст. У 1990 р. у Фінляндії нараховувалося шість парків, що об'єднували 440 компаній із 4 тис. співробітників. Сьогодні – 17 парків (1 200 компаній, дослідних закладів та інших організацій, де працює 12 тис. фахівців різних напрямів).

Більше ніж 50-літній досвід американців у створенні й функціонуванні технопарків, як і американської системи комерціалізації технологій у цілому, є найбільш досконалим. Американська концепція технопарків, звичайно, з урахуванням місцевих особливостей, широко використовується як базова модель створення технопарків у всьому світі.

Японська модель наукових парків на відміну від американської передбачає будівництво так званих технополісів.

Проект «Технополіс» – проєкт створення технополісів – було прийнято до реалізації в 1982 р. Для створення технополісів вибрано 19 зон, рівномірно розкиданих на чотирьох островах. Усі технополіси повинні відповідати вимогам, які викладено на рис. 2.

Будівництво технополісів фінансується на регіональному рівні – за рахунок місцевих податків і внесків корпорацій. Ядром низки технополісів (Хіросіми, Убе, Кагосіми) є будівництво наукових містечок. Деякі вдовольняються розширенням наукових і інженерних факультетів місцевих університетів. Більшість технополісів створюють центри «прикордонної технології» – інкубатори сумісних досліджень і венчурного бізнесу [2].

У США також зустрічаються технопарки, які базуються на японській моделі. Прикладом такого технопарку може виступати Каролінський технопарк. У штаті Північна Кароліна в 20-ті роки сформувався Дослідницький трикутник. Це складна структура, яка базується, з одного боку, на основі трьох кампусних університетів, розташованих у трьох сусідніх містечках, частина території яких і весь вільний простір між ними він орендує, з іншого – на цілій низці місцевих і транснаціональних корпорацій. Низка таких досить відомих у світі корпорацій із дозволу місцевої влади побудувала на свої кошти дослідницькі корпуси і виробничі цехи, зорієнтовані на нові технології. Таке утворення правильніше було б віднести не до технопарків, а скоріше до технополісів чи наукополісів – це особливого виду урбанізоване високоінтелектуальне середовище, де спілкуються й обмінюються ідеями спеціалісти зовсім різних галузей. Саме в такому інтелектуальному «міксі» частіше за все і народжуються цілком несподівані винаходи, навіть розповідями колег з інших сфер науки про свої проблеми. Завдяки цій особливості туди намагаються потрапити навіть не цілком успішні фірми,

що знаходяться в застої чи навіть кризі, особливо якщо ці кризи – творчі. Вони сидять там, не маючи прибутку, а лише підтримуючи оборот. І намагаються «спіймати» яку-небудь перспективну ідею, яка могла б знову підняти фірму.

У технополісі є свої правила – статут, якому підпорядковуються всі. Технополіс, як правило, складається з кількох технопарків різного профілю і типу, а також із низки навчальних структур (технопарки самим навчанням ніколи не займаються). Існують спеціальні школи менеджерів (учених та інженерів-дослідників там багато, а менеджерів постійно не вистачає). Є доволі розвинута інфраструктура, чого в звичайних технопарках також не буває, – транспортні, туристичні агентства. Там є навіть своя міліція, яку не видно, але працює вона відмінно (судячи зі статистичних даних про злочинність).

Окрім Силіконової долини, у США виникли технополіси в Північній Кароліні, Техасі, Флориді, окрузі Колумбія, Середньому Заході. Технополіси виникли і в Європі: Лувен в Бельгії, антиполіс Софія і Гренобль у Франції, Силікон Глен у Шотландії, Мілтон Кейнс і Кембридж в Англії, технопарки в Штутгарті й Мюнхені, Західному Берліні. Епідемія будівництва технополісів поширилася і на Південно-Східну Азію. Південна Корея будує місто науки Даедук, Китай – технополіси Шеньжень і Гуандун поруч із Гонконгом.

Величезне значення надається технопаркам у Китаї, більшість з яких створено за рішенням Держради КНР. Національні і зарубіжні інвестиції в них становлять мільярди доларів. Політика «зовнішньої відкритості» проводиться в масштабі всього Китаю. Але виходячи з реальних умов цієї країни, вона почалася з приморських районів. У ході реалізації політики «зовнішньої відкритості» в Китаї дійсно сформувалася «золота берегова смуга» в східних відкритих приморських районах. Вона охоплює 11 з 31 провінції, міста центрального підпорядкування й автономні райони, а також 293 міста і селища.

Китайська модель технопарків має деякі відмінності порівняно з іншими країнами, які вказані на рис. 2.

Серед чинників, які вплинули на розміщення вільних економічних зон (ВЕЗ) і технопарків чи зон економічного і технічного розвитку саме в південно-східних районах країни, слід все-таки виділити:

1. Вигідне географічне положення. Китай використав світовий досвід, який полягає у тому, що краще створювати ВЕЗ у промислово розвинутих регіонах, які мають необхідну базу для розвитку легкої промисловості і сільського господарства, зручний зв'язок із зовнішнім світом.

2. Зручність транспортного сполучення, наявність сухопутних, повітряних і морських шляхів.

3. Наявність вільних трудових ресурсів.

4. Розвинута інфраструктура міст. Наявність розвинутої інфраструктури зменшує необхідність державних капіталовкладень.

5. Наявність достатньої площі водних та інших природних ресурсів.

Китайські технопарки – яскравий прояв офіційної політики «одна країна – дві системи». Сьогодні в КНР 53 національних парки (спеціальних технологічних зон), 50 провінціальних парків та 30 парків при університетах.

Китайці оперативно реагують на загальні зміни ситуації у світі, виявляючи при цьому особливий інтерес до високих технологій.

Перші преференційні зони, які спеціалізуються на розвитку наукоємних виробництв (технополіс у Пекіні і Шанхай), почали створюватися в кінці 80-х років. На основі накопиченого досвіду Держрада КНР у березні 1991 р. затвердила план розвитку 27 зон високих технологій, які знаходяться в різних регіонах країни. Метою їх створення є комерціалізація національних науково-технічних досліджень, розвиток передових галузей, притягнення іноземного капіталу в експериментальне малосерійне виробництво, у розроблення нових технологій і матеріалів.

У першій половині 2000 р. в Китаї нараховувалося вже 53 зони розвитку високих технологій державного підпорядкування, які охоплювали міста Пекін, Охань, Шеньян, Нанцзін, Гуанчжоу, Чунцін, Сіань, Шанхай і Шеньжень. П'ять із них (у Пекіні, Сучжоу, Хефеї, Сіані та Янтаї) були визначені парками розвитку науки і технологій Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва. Маючи відносні переваги в таких галузях, як електроніка, виробництво нових матеріалів, біотехнологія, фото- і електромеханіка, нові джерела електроенергії, а також захист навколишнього середовища, китайські технопарки перетворилися на важливі центри розвитку нових і високих технологій у країні.

У грудні 1998 р. Міністерством науки і техніки КНР було прийнято рішення про створення баз міжнародного науково-технічного співробітництва. Так, у місті Янтай створюється база китайсько-російсько-українського співробітництва, яка почала працювати в 2000 р. Про грандіозність проєкту говорить хоча б площа приміщення – 20 тис кв. м. Російським та українським ученим запропоновано передавати готові технічні і технологічні розробки на цю базу з подальшою їх адаптацією й упровадженням на підприємствах однієї з найбільших у Китаї провінцій Шаньдун. Це одна з передових провінцій країни, і думати, що більше тисячі підприємств провінції потребують щось відстале для підйому з руїн – помилково. Форми реалізації розробок можуть бути різноманітними: продаж ліцензій, оформлення сумісних патентів,

виконання закордонними спеціалістами контрактних (договірних) робіт як у себе вдома, так і на вищезгаданій базі з подальшим упровадженням результатів розробок на підприємствах провінції.

Ще один приклад – технопарк у Шеньяні. Місто, в якому нараховується понад 6 млн жителів, велика кількість фабрик і заводів, вважається найбільш забрудненим містом Китаю, тому в тематиці розташованого тут технопарку значна увага надається питанням екології. У місті розташований найбільший оптовий ринок Китаю, є прямий авіарейс Іркутськ – Шеньян. Місцеві жителі добре знають російську мову, велика їх кількість закінчували в Союзі інститути. Усе це, а також великий попит китайського ринку на нові технології відкриває двері для російських і українських учених.

Ринок Індії на сучасному етапі (зокрема, і ринок високих технологій) розвивається чи не найшвидшими темпами у світі. Країна готова до міжнародного співробітництва в галузі теоретичної фізики, астрономії, астрофізики, лазерної техніки, фізики напівпровідників, розроблення нових матеріалів, зварювальних технологій, спільних досліджень у галузі медицини та біотехнології. Для організації такої співпраці технопарк у Хайдерабаде готовий безкоштовно надати свою територію для українських експозицій та оплачувати їх транспортування з України [15; 16].

Прикладом змішаної моделі наукових парків, зорієнтованої і на японську, і на американську, можуть слугувати наукові парки Франції, зокрема найбільший із них – «Софія Антиполіс» (розташований на Рив'єрі, на площі понад 2 тис га; до середини 80-х років земля була продана компаніям і дослідницьким організаціям; максимальна передбачена кількість зайнятих – близько 6 тис осіб).

Висновки з проведеного дослідження.

Загалом реалізація інноваційного потенціалу технопарків провідних країн світу призвела до таких досягнень в їх національних економіках: швидкий ріст ВВП, який супроводжується прогресивними зрушеннями в галузевій структурі промисловості; швидке зростання експорту, яке сприяло диверсифікації товарної структури; швидке збільшення кількості прибуткових підприємств і робочих місць; активне стимулювання загального припливу іноземного капіталу в національну економіку і т. д.

Проведений нами аналіз досвіду провідних країн світу щодо реалізації інноваційного потенціалу технопарків показує, що економічний та соціальний розвиток зараз можливий тільки на базі інноваційної моделі розвитку суспільства. Технологічні парки, будучи однією з найбільш удалих форм організації інноваційної діяльності, одержали широке розповсюдження: у світі сьогодні понад 600 технопарків як в індустріально

розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. В їхньому числі 16 українських технопарків, завдання яких – через реалізацію свого інноваційного потенціалу стати каталізаторами інноваційного перетворення національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мазур А.А., Гагауз І.Б. Современные инновационные структуры : монография. Харьков : Либуркина Л.М., 2005. 348 с.
2. Мерцалов Д.Ю. Технологические парки мира: перспективы развития. Москва, 1998. 245 с.
3. Морозов Т. Наукоемкие технологии и технопарки – высший этап реформирования экономики государства и регионов. *Підприємництво, господарство і право*. 2001. № 11. С. 105–108.
4. Современные инновационные структуры и коммерциализация науки / А.А. Мазур и др. ; под редакцией А.А. Мазура ; изд. 2-е, перераб. и доп. Харьков : Харьковские технологии, 2003. 352 с.
5. Технологічні парки: світовий та український досвід / за ред. Д.В. Табачника. Київ : ТП ІЕЗ, 2004. 48 с.
6. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : монографія / О.І. Амоша та ін. Донецьк : НАН України, інститут економіки промисловості, 2007. 328 с.
7. Coburn Ch.M., Brown D.M. Response: A state-federal partnership in support of science and technology. *Econ. Development quart.* 1997. Vol. 11. P. 296–309.
8. Петрина М.Ю. Особливості розвитку технопаркових структур в Україні. *Розвиток корпоративного управління в глобальному середовищі* : тези доповідей науково-практичної конференції. Тернопіль : Поліграфіст, 2004. С. 196–199.
9. Noda Makito. Research institytion in Japan. *Emerging civil society in the Asia Pacific Community*. Singapore, Tokyo. 1996. P. 383–402.
10. Галюк І.Б., Петрина М.Ю., Петренко В.П. Інноваційні структури як прогресивна форма реалізації інтелектуального потенціалу людських ресурсів держави : монографія. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2015. 344 с.
11. Уханова І.О. Розвиток та функціонування технопарків: світовий досвід та специфіка в Україні : монографія. Одеса : Атлант, 2012. 131 с.
12. Антипов І.В. Інноваційний розвиток національної економіки в контексті створення інноваційних інфраструктур в освітній галузі. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління*. 2010. Вип. 148. С. 1–8.
13. Дорошко О.О. Технопарки як засіб стимулювання інноваційної діяльності. *Ефективна економіка*. 2011. № 1. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=507> (дата звернення: 27.01.2020).
14. Солнцев С., Гнітецький Є. Світовий досвід функціонування технопарків та особливості їх розвитку в Україні. *Економічний аналіз*. 2013 рік. Вип. 12. Ч. 1. С. 279–283.
15. Петрина М.Ю. Аналіз та оцінка інноваційної діяльності технопарків України. *Сучасні технології*

підвищення ефективності управління галузевими і регіональними соціально-економічними системами : колективна монографія / за ред. д.е.н., професора В.П. Петренка, д.е.н., професора А.С. Полянської. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2015. С. 219–234.

16. Мазур А.А., Пустовойт С.В. Технологічні парки України: цифри, факти, проблеми. *Наука та інновації*. 2013. Т. 9. № 3. С. 59–72.

REFERENCES:

1. Mazur A. A., Hahauz Y. B. (2005) *Sovremennye innovatsyonnye struktury* [Modern Innovative Structures]. Kharkov: SPD Lyburkina L.M. (in Russian)

2. Mertsalov D. Yu. (1998) *Tekhnologicheskie parki mira: perspektivy razvitiya* [Technological parks of the world: development prospects]. Moskva. (in Russian)

3. Morozov T. (2001) *Naukoemkie tekhnologii i tekhnoparki – vysshiy etap reformirovaniya ekonomiki gosudarstva i regionov* [High technologies and technological parks – the highest stage of the state and regions' economy reforming]. *Pidpriemstvo, gospodarstvo i pravo*, no. 11, pp. 105-108.

4. Mazur A. A., Gagauz I. B., Grinev B. V. i dr. (2003) *Sovremennye innovatsionnye struktury i komertsionalizatsiya nauki* [Modern innovative structures and commercialization of science]. Kharkov: Kharkovskie tekhnologii. (in Russian)

5. *Tekhnologichni parky: svitovyi ta ukrainskyi dosvid* [Technological parks: global and Ukrainian experience]. D. V. Tabachnyk (Eds.). (2004). Kyiv: TP IEZ.

6. Amosha O. I., Antoniuk V. P., Zemliakin A. I. ta in. (2007) *Aktivizatsiia innovatsiinoi diialnosti: orhanizatsiino-pravove ta sotsialno-ekonomichne zabezpechennia* [Activation of innovative activity: organizational, legal and socio-economic support]. Donetsk: NAN Ukrainy, instytut ekonomiky promyslovosti. (in Ukrainian)

7. Coburn Ch.M., Brown D.M. (1997) Response: A state-federal partnership in support of science and technology. *Econ. Development quart*, vol.11, pp. 296-309.

8. Petryna M.Yu. (2004) *Osoblyvosti rozvytku tekhnoparkovykh struktur v Ukraini* [Features of development of technological park structures in Ukraine]. Proceedings of the *Rozvytok korporatyvnoho upravlinnia v hlobalnomu seredovyschi (Ukraine, Ternopil, October 22–24, 2004)*, Ternopil: "Polihrafist", pp. 196-199.

9. Noda Makito (1996) *Research institytion in Japan. Emerging civil society in the Asia Pacific Community*. Singapore, Tokyo, pp. 383-402.

10. Haliuk I.B., Petryna M. Yu., Petrenko V. P. (2015) *Innovatsiini struktury yak prohresyvnna forma realizatsii intelektualnoho potentsialu liudskykh resursiv derzhavy* [Innovative structures as a progressive form of intellectual potential realization of state's human resources]. Ivano-Frankivsk: IFNTUNH. (in Ukrainian)

11. Ukhanova I. O. (2012) *Rozvytok ta funktsionuvannia tekhnoparkiv: svitovyi dosvid ta spetsyfika v Ukraini* [Development and functioning of technological parks: global experience and specificity in Ukraine]. Odesa: Anlant. (in Ukrainian)

12. Antypov I. V. (2010) *Innovatsiinyi rozvytok natsionalnoi ekonomiky v konteksti stvorennia innovatsiinykh infrastruktur v osvittii haluzi* [Innovative development of the national economy in the context of creating innovative infrastructures in the educational sector]. *Zbirnyk naukovykh prats Donetskooho derzhavnoho universytetu upravlinnia*, vol. 148, pp. 1-8.

13. Doroshko O.O. (2011) *Tekhnoparky yak zasib stymuliuvannia innovatsiinoi diialnosti* [Technological parks as means of stimulating innovative activity]. *Elektronnyy zhurnal "Efektyvna ekonomika"*. no. 1, Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=507> (accessed 27 January 2019).

14. Solntsev S., Hnitetskyi Ye. (2013) *Svitovyi dosvid funktsionuvannia tekhnoparkiv ta osoblyvosti yikh rozvytku v Ukraini* [Global experience of technological parks functioning and features of their development in Ukraine]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 12, no. 1, pp. 279-283.

15. Petryna M.Yu. *Analiz ta otsinka innovatsiinoi diialnosti tekhnoparkiv Ukrainy* [Analysis and evaluation of innovative activity of technological parks in Ukraine]. *Suchasni tekhnologii pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia haluzevymy i rehionalnymy sotsialno-ekonomichnymy systemamy* [Modern technologies for improving the management efficiency of industrial and regional socio-economic systems]. Ivano-Frankivsk: IFNTUNH, pp. 219-234.

16. A.A. Mazur, S.V. Pustovoi (2013) *Tekhnologichni parky Ukrainy: tsyfry, fakty, problemy* [Technological parks of Ukraine: figures, facts, problems]. *Nauka ta innovatsii*, vol. 9, no. 3, pp. 59-72.

ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД ASSESSMENT OF INTANGIBLE TOURIST RESOURCES OF RURAL COMMUNITIES

Досліджено нематеріальні туристичні ресурси сільських громад та концептуальні підходи до їх обліку, врахування та оцінки. Визначено, що нематеріальні туристичні активи формують ціннісні зв'язки. Вказано методологічні та практичні проблеми обліку та ідентифікації нематеріальних активів. Запропоновано класифікацію нематеріальних активів сільського туризму. Обґрунтовано необхідність інвентаризації туристичних нематеріальних ресурсів сільських громад із метою їх подальшого обліку та капіталізації. Встановлено потребу у розрахунку та врахуванні узагальнюючого індексу нематеріальних активів у ринковій вартості суб'єкта туристичної діяльності. Із цією метою запропоновано систему індикаторів оцінки нематеріальних активів сільських громад відповідно до основних груп нематеріальних активів, що сприятиме формуванню обґрунтованої вартості туристичного продукту та оцінки ринкового потенціалу сільських громад.

Ключові слова: нематеріальні туристичні активи, сільські громади, туристичний продукт, туристичний потенціал, оцінка нематеріальних активів.

Исследованы нематериальные туристические ресурсы сельских общин и концептуальные подходы к их учету и оценке. Определено, что нематериальные туристические активы формируют ценностные связи. Указаны методологические и практические проблемы учета и идентификации нематериальных активов. Предложена классификация нематериальных активов сельского туризма. Обоснована необходимость инвентаризации туристических нематериальных ресурсов сельских общин с целью их дальнейшего учета и капитализации. Установлена потребность в расчете и учете обобщающего индекса нематериальных активов в рыночной стоимости субъекта туристической деятельности. С этой целью предложена система индикаторов оценки нематериальных активов сельских общин в соответствии с основными группами нематериальных активов, что будет способствовать формированию обоснованной стоимости туристического продукта и оценки рыночного потенциала сельских общин.

Ключевые слова: нематериальные туристические активы, сельские общины, туристический продукт, туристический потенциал, оценка нематериальных активов.

УДК 657.01(075.8)338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-15>

Печенюк А.П.

к.е.н., докторант

Подільський державний аграрно-технічний університет

Pecheniuk Alla

State Agrarian and Engineering University in Podilya

The purpose of the study is to improve the methodological bases for assessing the intangible tourism potential of rural communities. For this purpose, the following tasks were solved: collection and systematization of scientific and practical approaches to accounting and evaluation of intangible assets, identification of problems of their formation and evaluation in rural tourism, development of concrete proposals and improvement of methodological aspects of incorporation of intangible assets in tourism activities of rural communities. Intangible tourism assets have been identified to form value links. Insufficient theoretical, methodological and conceptual developments regarding intangible tourism assets have been identified. Methodological problems of accounting and identification of intangible assets are noted. It is established that not only intangible assets, but also the values they create, are taken into account in tourism. The existing paradigm for accounting for intangible assets has been found to be inappropriate and the necessity of its revision in the evaluation of intangible tourist assets of rural communities has been established. Practical problems of accounting of certain groups of intangible assets forming the tourist offer of the rural community, related to the complexity of their cost estimation, are revealed. The classification of intangible assets of rural tourism is proposed. The need for inventory of tourist intangible resources of rural communities for their further accounting and capitalization is substantiated. It has been established that the capitalization of intangible assets will allow the tourism industry to increase the market value of the tourism potential of their region and attract investments for its further development. Based on the existing scientific base, for intangible assets, the value of which is difficult to estimate in monetary terms, the need to calculate and account for the aggregate Index of intangible assets to determine the total market value of the tourist activity is determined. To this end, a system of indicators of valuation of intangible assets of rural communities according to the three main groups of intangible assets (human capital, structural and relationship capital) has been proposed, which will help to shape the relevant value of the tourism product and assess the market potential of rural communities.

Key words: intangible tourism assets, rural communities, tourist product, tourism potential, valuation of intangible assets.

Постановка проблеми. Успішний розвиток сільських громад значною мірою залежить від наявного ресурсного потенціалу. Характерною рисою економіки ХХІ ст. є її інноваційність, що супроводжується активним впливом знань та технологій на економічне й соціальне середовище та значною мірою пов'язане з використанням нематеріальних активів. Оскільки сільські території України традиційно пов'язані з аграрним сектором, то тривалий час увага наукових досліджень була зосереджена саме на аграрному розвитку. Це, своєю чергою, вплинуло на структуру облікового капіталу господарських утворень сільських територій, яка, по суті, не враховувала нематеріальні активи громад та призводила до заниження їх цінності.

Сучасні світові тенденції, які характеризуються розвитком інформаційного суспільства, зростанням ролі освіти та знань, новими технологіями,

вимагають перегляду парадигми обліку та оцінки нематеріальних активів, а також врахування їх у практиці туристичної діяльності сільських громад, що сприятиме їх капіталізації та поліпшенню інвестиційної привабливості сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційною базою нашого дослідження стали праці вчених-економістів та практиків, які пов'язані з обліковими аспектами нематеріальних активів, зокрема: В.М. Диби – з обліку нематеріальних активів інституційного середовища; М.З. Николюк – із визначення нових підходів до класифікації та їх визнання; Н. Амброзьяк, Н. Вороної, М. Нестеренко, Н. Чернишової – з питань їх інвентаризації; Л. Головкової, Л. Дяченко – щодо «гудвілу» у туристичній діяльності; І.Б. Дутчак – щодо критеріїв визнання нематеріальних активів; О.В. Сизоненко – щодо класифікації нематеріальних активів; Я.П. Квач – щодо їх оцінки; П.О. Куцик,

І.М. Дрогобицького, З.П. Плиса, Х.І. Скоп – щодо облікової концепції управління їхньою вартістю; Н.В. Ротань, О.О. Комліченко – щодо методів оцінки нематеріальних активів. Ураховуючи сучасні напрацювання, вважаємо, що поглибленого дослідження та докладання наукових зусиль вимагає питання вдосконалення методичного інструментарію обліку та оцінки нематеріальних активів сільських територій, що й зумовило вибір теми статті.

Постановка завдання. Метою дослідження є вдосконалення методичних засад оцінки нематеріального туристичного потенціалу сільських громад. Для цього вирішувалися такі завдання: збір та систематизація науково-практичних підходів до обліку та оцінки нематеріальних активів, визначення проблем їх формування та оцінки у сільському туризмі, розроблення конкретних пропозицій та вдосконалення методичних аспектів урахування нематеріальних активів у туристичній діяльності сільських громад.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центром уваги сучасної економічної науки, де розглядають питання нематеріальних цінностей, є такі категорії: економічне зростання, якому сприяють природні, людські ресурси, технології, капітал, сукупний попит, а також соціокультурні та інституційні чинники; багатовимірність культури, яка розглядає переконання та цінності релігійних, етнічних чи соціальних груп, які формують сталі цінності та переконання, що, своєю чергою, впливає на економічні результати; довіра (оскільки підприємницька діяльність передбачає невизначеність, а невизначеність потребує довіри); ощадність (бережливе ставлення до грошей і речей); релігійні переконання (виховують цінності праці, чесності, відкритості, ощадливості, але варто визнати існування оберненої залежності, що проявляється відволіканням обмежених ресурсів суспільства у «релігійний сектор»; поведінка споживачів [1], яку можна виокремити як раціональну та ірраціональну. Туристична сфера характеризується певною ірраціональністю споживчої поведінки, що проявляється раптовим хвилинним бажанням виникнення у споживача особистісних мотивів, емоційних асоціацій, запам'ятовування ним атрибутів бренда тощо.

Наведені аспекти утверджують у думці про те, що нематеріальні цінності є важливим чинником туристичної діяльності, які формують певні вартісні ланцюги. У цьому контексті важливо вказати, що в туризмі важливими є не лише наявність нематеріальних активів, а й урахування потребують ті сенси, ті блага, які ними створюються (музика, мистецтво, креативні технології тощо), які здатні змінити погляди споживачів та їх установки, сприяючи задоволенню гуманітарних потреб, з одного боку, та приносячи матеріальну вигоду – з іншого.

Згідно з П(С)БО 8, до нематеріальних активів відносять немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований. Із позицій бухгалтерського обліку нематеріальні активи визнають у таких випадках: відсутність у об'єкта матеріально-речової форми; можливість його ідентифікації; очікуваність економічної вигоди від його використання; можливість достовірної вартісної оцінки об'єкта.

Облік нематеріальних активів ведуть за такими групами [2]:

1. Права користування природними ресурсами (надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо).

2. Права користування майном (земельною ділянкою відповідно до земельного законодавства, будівлею, право на оренду приміщень тощо).

3. Права на комерційні позначення (торговельні марки, знаки для товарів та послуг, комерційні (фірмові) назви тощо), крім роялті.

4. Права на об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, у тому числі ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції тощо), крім роялті.

5. Авторське право і суміжні з ним права (літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), виконання, фонограми, відеограми, передачі (програми) організації мовлення тощо), крім роялті.

6. Інші нематеріальні активи (право на здійснення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо).

Не визнаються нематеріальними активами: витрати на дослідження; витрати на підготовку та перепідготовку кадрів; витрати на рекламу та просування продукції на ринку; витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємства або його частини; витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків) [2].

Вітчизняне правове поле ідентифікує нематеріальні активи з отриманням виключних майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності та можливістю їх відчуження. Натомість англо-американська облікова школа у стандартах фінансового обліку (GAAP) відносить до нематеріальних усі активи, у яких відсутня матеріально-речова форма, які виникли у результаті минулих подій, дають можливість вимірювання ефекту та принесення вигоди у майбутньому [3].

Серед основних методологічних проблем обліку нематеріальних активів в Україні виділяють: неузгодженість у визначенні поняття в економічній

літературі; проблему єдиної економічної класифікації нематеріальних активів; відсутність узгодженості між законодавством, що регулює інтелектуальну власність, і нормативним забезпеченням обліку в Україні; відсутність повноти та достовірності інформації про нематеріальні активи підприємств; недосконалість методик оцінки об'єктів інтелектуальної власності; складність визначення термінів використання нематеріальних активів; визнання об'єктів права на інтелектуальну власність та користування ресурсами як нематеріальними активами; сприйняття нематеріальних активів як невідчутних засобів; швидка зміна ринкової вартості [4].

Визначальну роль нематеріальних активів можна продемонструвати на основі досвіду їх капіталізації в Японії, що стало однією з причин її економічного дива. Суть його в тому, що Японія, придбавши інтелектуальні продукти інших країн, капіталізувала їх, результатом чого стало значне перевищення її нематеріальних активів над матеріальними, що дало змогу збільшити вартість компаній та здійснити додаткову емісію акцій. Безперечно, надмірна капіталізація може призвести до негативних ефектів і навіть до економічного колапсу, але ринкова ціна на окремі підприємства (яка враховує нематеріальні ресурси) засвідчує, що вони цього варті [5].

Сільські громади, які проходять етап адміністративних трансформаційних перетворень, за основу свого розвитку мають брати всі ресурси території та використовувати їх із метою забезпечення належного матеріального та гуманітарного розвитку. Одним із важливих аспектів ми вбачаємо

сільський туризм. Нова туристична парадигма передбачає його формування на базі інтелектуального суспільного розвитку. Дана концепція визначає широке залучення як матеріальних, так і нематеріальних активів громад до процесу формування туристичної пропозиції.

Використовуючи напрацювання сучасної економічної науки [6–8], сформуємо перелік нематеріальних активів, які присутні у процесі створення туристичного продукту (рис. 1).

Згідно із законодавчим визначенням, нематеріальні активи в сільському туризмі поділяються на ті, що відображаються в обліку, та ті, що в обліку відобразити неможливо, оскільки важко встановити їх вартісну оцінку. Згідно з П(С)БО 8, до тих, які можуть бути враховані в бухгалтерському обліку туристичної діяльності, відносять: природний капітал (права на використання земельних, природних ресурсів); культурні цінності (права інтелектуальної власності (пісні, музика, програми з навчання народним ремеслам, мистецьким навикам, запатентовані рецепти, розроблені тури, символіка, бренд тощо)); інформаційні технології. Відображення таких активів в обліку дає змогу чітко враховувати внесок кожного активу в готовий туристичний продукт.

Ті нематеріальні активи, які важко відобразити у бухгалтерському обліку (приховані нематеріальні активи), можуть розглядатися з позицій оцінки: людського капіталу (компетенції, мотивації, здібностей, знань тощо); капіталу відносин (клієнтського капіталу), бренду, стосунків зі споживачами, іміджу, естетики відносин та комунікацій тощо; організаційного (структурного) капіталу



Рис. 1. Формування нематеріальних ресурсів сільського туризму

Джерело: розробка автора

(культурних та сакральних цінностей, природного капіталу, управлінської філософії, систем прийняття рішень, бізнес-процесів) [9].

Капіталізація нематеріальних активів дасть змогу суб'єктам туристичної діяльності (а досить часто ними виступатимуть адміністрації сільських громад) оцінити ринкову вартість туристичного потенціалу свого регіону та залучати інвестиції з метою його подальшого розвитку.

Для цього пропонується повна інвентаризація нематеріальних туристичних ресурсів сільських громад та постановка на баланс із метою їх подальшого обліку та врахування в туристичній діяльності (рис. 1).

Що стосується інвентаризації нематеріальних ресурсів, які підлягають бухгалтерському обліку, то порядок обліку визначається чинними стандартами бухгалтерського обліку. Складнішою проблемою є ідентифікація та врахування нематеріальних активів, які не підлягають відображенню в обліку через неможливість визначити їх грошову оцінку.

Для цього пропонуємо здійснити ідентифікацію туристичних нематеріальних активів сільських громад на предмет визначення можливостей їх відображення в обліку. Активи, що відповідають стандартам обліку, приймаються на баланс та

відображаються в кінцевому туристичному продукті (рис. 2).

В.М. Діба для вдосконалення документації та інвентаризації нематеріальних активів пропонує групувати документи за трьома видами: 1) документи, що підтверджують авторські та патентні права на інтелектуальні об'єкти власності; 2) документи з передачі майнових прав на користування об'єктами нематеріальних активів, що підтверджуються ліцензіями; 3) документи, що підтверджують наявність контрактних (договірних) прав [3].

Для нематеріальних активів, грошову оцінку яких неможливо встановити, але які приймають участь у процесі формування туристичного продукту, ми пропонуємо їх урахування у загальній ринковій привабливості сільської території шляхом розрахунку узагальнюючого індексу нематеріальних активів сільських громад. Для його врахування скористаємося частково методологією, описаною у дослідженні «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України» [10] та методикою розрахунку інтегрального коефіцієнта інтелектуального капіталу туристичного підприємства як середньої геометричної, описану у дослідженнях Н.В. Ротань та О.О. Комліченко [11].

У нашому разі ми виділяємо три групи нематеріальних активів, які містять перелік відповідних

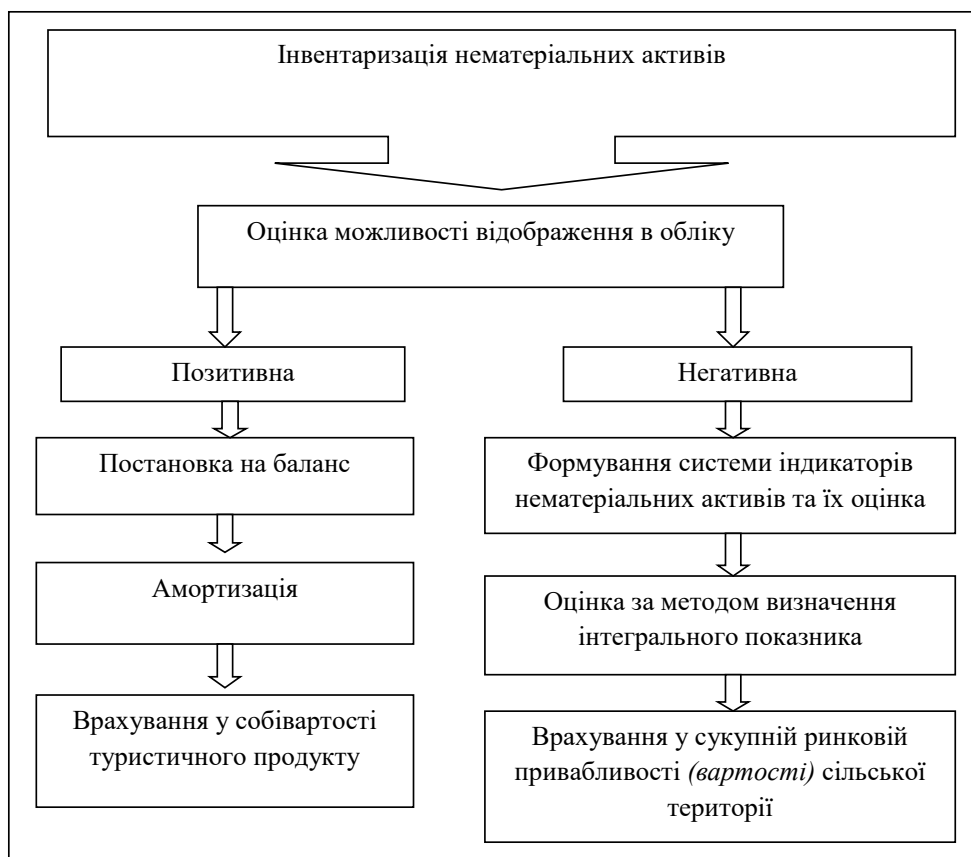


Рис. 2. Ідентифікація туристичних нематеріальних активів сільських громад

Джерело: розробка автора

Система індикаторів оцінки нематеріальних активів сільських громад

Назва показника
Структурний капітал
Частка культурно-мистецьких заходів у загальній кількості заходів, проведених сільськими громадами, %
Частка культурних та мистецьких закладів у загальній кількості господарюючих суб'єктів, %
Частка мешканців громади, що відвідала культурно-мистецькі заходи, у загальній кількості мешканців, %
Частка витрат мешканців на культуру та відпочинок у загальних витратах, %
Частка населення, що постійно користується Інтернетом, у загальній кількості населення, %
Частка нерухомих пам'яток історико-культурного світового значення у загальній кількості пам'яток, %
Частка нерухомих пам'яток історико-культурного загальнонаціонального значення у загальній кількості пам'яток, %
Частка нерухомих пам'яток історико-культурного місцевого значення у загальній кількості пам'яток, %
Частка заповідних зон на території сільської громади у загальній її площі, %
Людський капітал
Частка мешканців громади, які приймають участь у культурно-мистецьких заходах як учасники, у загальній кількості мешканців, %
Частка конфліктних громадян у загальній кількості мешканців, %
Частка мешканців, які володіють народними ремеслами, мистецтвом, традиціями, у загальній кількості мешканців, %
Частка мешканців, які володіють іноземною мовою, %
Частка мешканців, які отримали освіту у сфері культури чи креативності, у загальній кількості мешканців, %
Частка учнів школи, які навчаються в університетах, у загальній кількості мешканців, %
Частка мешканців із вищою освітою у загальній кількості населення, %
Частка громадських активістів у загальній кількості населення, %
Частка благодійників, які фінансують суспільні проекти, у загальній кількості населення, %
Частка громадян, що користуються туристичними пропозиціями, у загальній кількості населення, %
Капітал відносин
Частка туристів, які повторно скористалися туристичними пропозиціями сільської громади, у загальній кількості відвідувачів, %
Частка позитивних відгуків у соцмережах про сільську територію у загальній кількості відгуків, %
Частка туристів, які позитивно оцінюють бренд території, у загальній кількості відвідувачів, %
Частка місцевих громадян, які позитивно оцінюють загальну туристичну атмосферу громади, у загальній кількості мешканців, %
Частка позначень користувачами геосоціальних мереж на картах місця локації сільської громади та її природних чи історичних об'єктів у загальній кількості відгуків, %

Джерело: розробка автора

сформованих нами індикаторів (табл. 1): структурного капіталу; людського капіталу; капіталу відносин. Оцінка узагальнюючого індексу нематеріальних активів буде здійснюватися шляхом визначення вагових коефіцієнтів кожного індикатора. Це можна зробити шляхом залучення експертів за допомогою методу бюджетування, за якого вся сукупність приймається за 1, а найбільш важливі індикатори отримують вищі експертні оцінки. Застосувавши формулу інтегрального коефіцієнту [11], отримуємо загальний індекс оцінки нематеріальних активів сільської громади:

$$I_{\text{інт}} = \sqrt[3]{I_{\text{лк}} \times I_{\text{ск}} \times I_{\text{кв}}}, \quad (1)$$

де $I_{\text{лк}}$, $I_{\text{ск}}$, $I_{\text{кв}}$ – інтегральні коефіцієнти оцінки відповідно людського, структурного та капіталу відносин;

$$I_{\text{лк}}, I_{\text{ск}}, I_{\text{кв}} = \sum_{j=1}^n I_j \times Y_j, \quad (2)$$

де n – кількість показників; I_j – значення показника; Y_j – коефіцієнт питомої ваги показника [11].

Для оцінки нематеріальних активів сільських громад пропонуємо систему таких індикаторів (табл. 1).

Розрахунок індексу оцінки нематеріальних активів з урахуванням запропонованої системи індикаторів сприятиме комплексному й об'єктивному врахуванню нематеріальних активів сільських територій, що створить відповідний базис для туристичної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Практика діяльності вітчизняних господарських суб'єктів доводить, що методологія обліку й оцінки нематеріальних активів потребує докладання наукових зусиль та поглиблення досліджень у цьому напрямі. Особливо гостро постає означена проблема у туристичній діяльності, специфіка якої проявляється поєднанням матеріальних та нематеріальних аспектів, адекватне врахування яких сприятиме формуванню об'ґрунтованої вартості туристичного продукту та туристичного потенціалу сільських регіонів із метою їх подальшого розвитку та залучення інвестицій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Печенюк А.П. Методичні аспекти управління враженнями у сільському туризмі. *Вчені записки ТНУ ім. Вернадського*. 2019. Т. 30(69). № 5. С. 25–30. DOI : <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-5-33>.
 2. Інвентаризуємо нематеріальні активи / Н. Амброзьяк та ін. *Податки та бухгалтерський облік*. № 94. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/november/issue-94/article-40776.html> (дата звернення: 26.12.2019).
 3. Діба В.М. Облік та аналіз нематеріальних активів в умовах інституційних змін: теорія і методологія : дис. ... д.е.н. : 08.00.09 ; КНЕУ. Київ, 2017. 443 с.
 4. Николук М.З. Нематеріальні активи як об'єкт бухгалтерського обліку: нові підходи до класифікації та визнання. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2015. Вип. 2(11). С. 270–277.
 5. Облікова концепція управління вартістю нематеріальних активів підприємства : монографія / П.О. Куцук та ін. Львів : Растр-7, 2016. 268 с.
 6. Головкова Л., Дяченко Л. Роль «гудвілу» у діяльності підприємств сфери туризму в контексті обмежень оточуючого середовища. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2018. Вип. 1(18). С. 32–51.
 7. Дутчак І.Б. Критерії визнання нематеріальних активів на балансі підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Т. 27. № 7. С. 79–84.
 8. Сизоненко О.В. Класифікація нематеріальних активів для потреб бухгалтерського обліку. *Облік і фінанси АПК : бухгалтерський портал*. URL : <http://magazine.faaaf.org.ua/klasifikaciya-nematerialnih-aktiviv-dlya-potreb-buhgalterskogo-obliku.html> (дата звернення: 05.12.2019).
 9. Квач Я.П. Оцінка нематеріальних активів у контексті діагностики економічної безпеки підприємства. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2014. № 5–6 (76–77).
 10. Методологія апробаційного дослідження: «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». Київ : Аналітичний центр CEDOS, 2018. 31 с.
 11. Ротань Н.В., Комліченко О.О. Методи оцінки інтелектуального капіталу туристичного підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»* 2014. Вип. 6. Ч. 3. С. 110–113.
- [Inventory of intangible assets]. *Podatky ta bukhgalterskiy oblik*. № 94. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/november/issue-94/article-40776.html> (accessed 26 December 2019).
3. Dyba V. M. (2017) *Oblik ta analiz nematerialnykh aktyviv v umovakh instytutsiinykh zmin: teoriia i metodolohiia*. [Accounting and analysis of intangible assets in the face of institutional change: theory and methodology]. *Dys. d. e. nauk 08.00.09*. K. : KNEU. 443 p. (in Ukrainian)
 4. Nykoliuk M.Z. (2015) *Nematerialni aktyvy yak ob'iekt bukhgalterskoho obliku: novi pidkhody do klasyfikatsii ta vyznannia* [Intangible assets as an object of accounting: new approaches to classification and recognition]. *Mizhnarodnyi zbirnyk naukovykh prats*. Vyp. 2(11). P. 270-277. (in Ukrainian)
 5. Kutsyk P.O., Drohobyt'skyi I.M., Plysa Z.P., Skop Kh.I. (2016) *Oblikova kontseptsiiia upravlinnia vartistiu nematerialnykh aktyviv pidpriemstva: monohrafiia* [Accounting concept of management of intangible assets of the enterprise: monograph]. *Lviv: Rastr – 7*. 268 p. (in Ukrainian)
 6. Holovkova L., Diachenko L. (2018) *Rol «hudvilu» u diialnosti pidpriemstv sfery turyzmu v konteksti obmezhen otochuiuchoho seredovyscha* [Goodwill's role in the activities of tourism enterprises in the context of environmental constraints]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava*. Vyp. 1 (18). P. 32-51. (in Ukrainian)
 7. Dutchak I.B. (2017) *Kryterii vyznannia nematerialnykh aktyviv na balansii pidpriemstva* [Criteria for recognition of intangible assets on the enterprise balance sheet]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. t. 27, № 7. P. 79-84 (in Ukrainian)
 8. Syzonenko O.V. *Klasyfikatsiia nematerialnykh aktyviv dlia potreb bukhgalterskoho obliku* [Classification of intangible assets for accounting purposes]. *Oblik i finansy APK: bukhgalterskiy portal* (accessed 5 December 2019).
 9. Kvach Ya.P. (2014) *Otsinka nematerialnykh aktyviv u konteksti diahnostryky ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva* [Valuation of intangible assets in the context of diagnostics of economic security of the enterprise]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*. № 5-6 (76-77) (in Ukrainian)
 10. *Metodolohiia aprobatsiinoho doslidzhenia: "Indeks kulturnoho ta kreatyvnoho potentsialu mist Ukrainy"* (2018) [Methodology of approbation research: "Index of cultural and creative potential of Ukrainian cities"]. *K: Analitichnyi tsentr CEDOS*,. 31 p. (in Ukrainian)
 11. Rotan N.V., Komlichenko O.O. (2014) *Metody otsinky intelektualnogo kapitalu turystychnoho pidpriemstva* [Methods of estimation of intellectual capital of tourism enterprise]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky*. Vyp. 6. P. 3. P. 110-113 (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Pecheniuk A.P. (2019) *Metodychni aspekty upravlinnia vrazhenniamy u silskomu turyzmi* [Methodical aspects of impression management in rural tourism.]. *Vcheni zapysky TNU im. Vernadskoho*. T. 30(69). № 5. P. 25-30. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-5-33> (in Ukrainian)
2. Ambroziak N., Voronaia N., Nesterenko M., Chernyshova N. (2018) *Inventaryzuiemo nematerialni aktyvy*

КОНСАЛТИНГ В УКРАЇНІ: ОЦІНКА СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

CONSULTING IN UKRAINE: CONDITION ASSESSMENT AND DEVELOPMENT TRENDS

УДК 338.46

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-16>

Рейкін В.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів та кредиту
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки

Макара О.В.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри фінансів та кредиту
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки

Reikin Vitalii

Lesia Ukrainka Eastern European
National University

Makara Oksana

Lesia Ukrainka Eastern European
National University

Метою публікації є аналіз та оцінювання сучасного стану національного ринку консалтингу в ринковій системі України. Актуальність теми зумовлена несистематичним характером наукових досліджень, присвячених зазначеній тематиці. У статті використано методи порівняльного аналізу, статистичні методи, методичні прийоми табличного та графічного подання для наукового відображення результатів дослідження. Проаналізовано основні тенденції розвитку ринку консалтингу в Україні. Здійснено оцінювання обсягів та сучасного стану надання консультаційних послуг порівняно з макроекономічним показником ВВП та середньоєвропейським рівнем. Особливістю України є функціонування багатьох суб'єктів, які надають консультаційні послуги в тіньовому секторі. Виділено та охарактеризовано найважливіші структурні сегменти національного ринку: ІТ-консалтинг, юридичний консалтинг, маркетинговий консалтинг, фінансовий консалтинг, податковий консалтинг.

Ключові слова: ринок консалтингу, тенденції розвитку, темпи зростання, ІТ-консалтинг, фінансовий консалтинг.

Целью публикации являются анализ и оценка современного состояния нацио-

нального рынка консалтинга в рыночной системе Украины. Актуальность темы обусловлена несистематическим характером научных исследований, посвященных указанной тематике. В статье использованы методы сравнительного анализа, статистические методы, методические приемы табличного и графического представления для наглядного отображения результатов исследования. Проанализированы основные тенденции развития рынка консалтинга в Украине. Осуществлена оценка объемов и современного состояния предоставления консультационных услуг по сравнению с макроекономическим показателем ВВП и среднеевропейским уровнем. Особенностью Украины является функционирование многих субъектов, оказывающих консультационные услуги в теневом секторе. Выделены и охарактеризованы самые важные структурные сегменты национального рынка: ИТ-консалтинг, юридический консалтинг, маркетинговый консалтинг, финансовый консалтинг, налоговый консалтинг.

Ключевые слова: рынок консалтинга, тенденции развития, темпы роста, ИТ-консалтинг, финансовый консалтинг.

The purpose of the publication is to analyze and evaluate the current condition of the national consulting market in the Ukrainian market system. The relevance of the topic is due to non-systematic scientific research on the topic. The following methods are used in the article: comparative analysis, statistical methods, methodical techniques of tabular and graphical representation for research results visual display. Emphasis is placed on the statistical problems of determining consulting as a separate type of economic activity. This is because consulting in the classification of individual economic activities is not distinguished. It is pointed out that the basic prerequisite of consulting is the need to improve the efficiency of existing business processes not only during the crisis, but also in the growth phase. At the same time, the vast majority of medium and small enterprises do not use consulting services because they believe that they do not need outside help and do not have the financial resources for this. The main trends of consulting market development in Ukraine are analyzed in the article. It is noted that the large international companies ("Big Four": Ernst & Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte, KPMG, as well as McKinsey and Boston Consulting Group) are dominating on the consulting services market in Ukraine and about 300 largest national companies that provide only consulting services. A specific feature of Ukraine is the functioning a lot of entities providing consulting services in the shadow sector. The volume and current state of advisory services are evaluated in comparison with the macroeconomic index of GDP and according to European level. It is noted that the most concentrated in the number of enterprises and the volume of provided consulting services is the capital region. The most important structural segments of the national market are distinguished and characterized: IT consulting, legal consulting, marketing consulting, financial consulting, tax consulting. It is said that in the future, the best prospects for further development are IT consulting and financial consulting.

Key words: consulting market, development trends, growth rates, IT consulting, financial consulting.

Постановка проблеми. Консалтинг як особливий вид господарської діяльності запозичений із міжнародного досвіду та є об'єктом наукових досліджень в Україні відносно недавно – від початку 90-х років ХХ ст. Проте глобалізаційні процеси, які існують у світовій економічній системі, довели доцільність та необхідність застосування консалтингу як елемента підвищення конкурентоспроможності економічних агентів.

Інформація стосовно сучасних тенденцій розвитку ринку консалтингу в Україні переважно має фрагментарний, несистематичний характер та не ґрунтується на даних постійного моніторингу та аналізу показників. Окрім того, законодавчої регулятивної бази стосовно надання консультаційних послуг в Україні донині не існує.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Становленню національного ринку консалтингу

присвячено окремі дослідження ЄБРР та Асоціації консалтингових фірм України. Значний внесок у дослідження теоретико-методологічних та прикладних засад формування та розвитку ринку консалтингових послуг зробили такі українські та зарубіжні науковці: М. Безкровний, Е. Бейг, В. Верба, О. Карпенко, С. Козаченко, І. Крупка, О. Охріменко, І. Спільник, Ф. Уїкхем та ін.

Постановка завдання. Недостатній ступінь дослідження різнобічних аспектів консалтингу, відносна складність його аналізу та оцінювання на прикладному рівні зумовили вибір об'єкта дослідження та визначили проблематику публікації. Метою дослідження є здійснення аналізу та оцінки сучасного стану розвитку консалтингу в ринковій системі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Консалтинг як специфічний вид діяльності

сформувався на початку ХХ ст., що було зумовлено потребою освоєння нових знань та компетенцій відповідно до вимог технологічного процесу. Консалтинг являє собою індивідуальну підприємницьку діяльність, основою якої є комунікаційний процес передачі знань від консультанта до замовника послуг. Базова передумова консалтингу – необхідність підвищення ефективності існуючих бізнес-процесів не тільки під час кризових явищ, а й у фазі зростання.

В Україні перші консалтингові підприємства почали функціонувати у 90-х роках одночасно з відкриттям відомими міжнародними компаніями своїх представництв. Спектр консалтингових послуг, що пропонується на національному ринку, включає: ІТ-консалтинг, фінансовий, юридичний та маркетинговий консалтинг, оціночну діяльність, управлінський та виробничий консалтинг, інші види. У нинішній період консалтинг як особлива послуга активно розвивається та має значний потенціал для подальшого зростання, що зумовлено, насамперед, застосуванням ІТ-технологій. На ринку консалтингових послуг в Україні домінують великі міжнародні компанії (т. зв. «велика четвірка»: Ernst & Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte, KPMG, а також McKinsey та Boston Consulting Group) та близько 300 найбільших національних підприємств, які надають виключно консалтингові послуги. При цьому лідери консалтингу надають перевагу або комплексу універсальних послуг, або їхнім пріоритетом є вузька спеціалізація.

Усього в Україні функціонує близько 5 тис. консалтингових компаній, які суттєво диференційовані за обсягами ринкової частки, кількістю працюючих, сукупністю додаткових сервісів. Орієнтовно 87% консалтингових послуг, що надаються в Україні, сконцентровано в м. Києві [5, с. 57],

оскільки фактично майже всі представництва іноземних консалтингових компаній та центр-офіси основних національних підприємств зосереджені в столичному регіоні. Водночас, за даними досліджень ЄБРР, 72% середніх та малих підприємств не користуються консультаційними послугами, оскільки 50% із них вважають, що не потребують сторонньої допомоги, а інші не мають для цього фінансової можливості [9, с. 25].

Офіційної релевантної статистики стосовно ринку консалтингу в Україні з елементами деталізації не існує. Це пояснюється тим, що консалтинг як окремий вид діяльності у КВЕД не виділяється. Державною службою статистики консалтинг рекомендовано відносити у звітності до діяльності у сфері права, бухгалтерського обліку та інжинірингу, а також до надання послуг підприємцям. Окрім того, значна частка консалтингових послуг в Україні функціонує у тіньовій сфері, що є національною специфічною ознакою.

На рис. 1 наведено дані обсягу ринку консалтингу в Україні, ґрунтуючись на дослідженнях групи «Астарта-Таніт» (на замовлення ЄБРР) та розраховані фахівцями-емпіриками [7; 8]. Ретроспективні показники за 2016–2018 рр. отримано методом екстраполяції на основі середньорічних темпів зростання посткризової фази 2010–2013 рр.

Із діаграми (рис. 1) видно, що один із пікових показників місткості національного ринку консалтингу зафіксований у 2007 р. – 500 млн дол.; водночас у 2018 р. обсяги наданих консультаційних послуг в Україні перевищили попередній максимальний рівень, досягнувши значення 585 млн дол. Фактично варто констатувати, що розвиток консалтингового сегмента національного ринку послуг розвивається відповідно до трендів

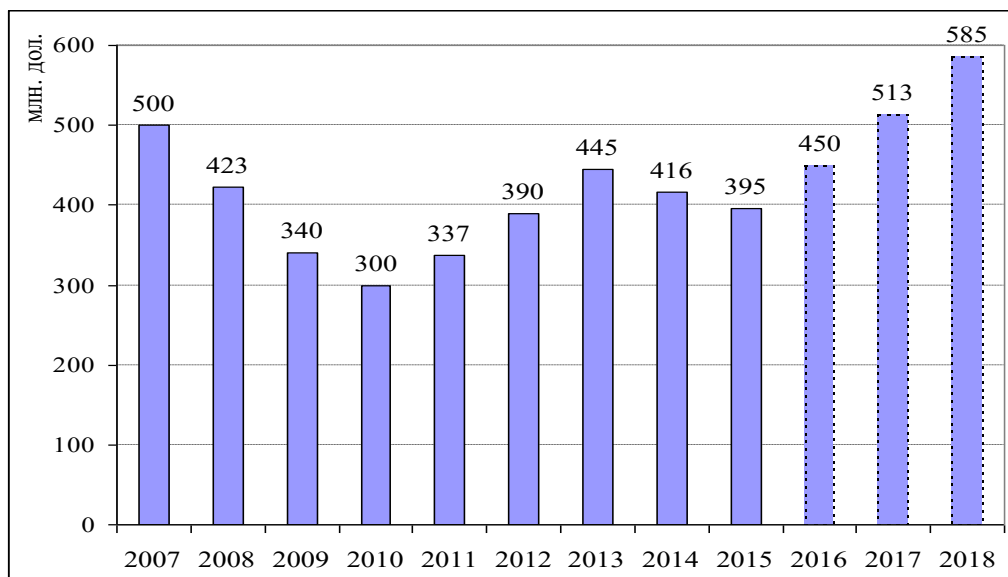


Рис. 1. Обсяг ринку консалтингу в Україні, млн дол.

зміни основних макроекономічних показників держави та водночас є відносно нестабільним.

На рис. 2 подано динаміку зміни ринку консалтингу України. За наведеним показником максимальні темпи приросту становили 30% у 2007 р.; найбільший спад відбувся у кризовому періоді 2009 р. – майже 20%.

Для оцінювання значимості ринку консалтингу розрахуємо його частку у ВВП країни. Результати обчислень наведено в табл. 1.

На основі порівняльного аналізу показників із табл. 1 можна зробити висновок, що у посткризовий період обсяг ринку консалтингу перевищив рівень 2014 р. у доларовому еквіваленті та станом на кінець 2018 р. становить 0,46% від ВВП країни. Загалом частка внеску консультаційних послуг у ВВП відповідає середньоєвропейському рівню [8, с. 4], однак незначно знизилася протягом 2017–2018 рр.

На рис. 3 наведено структуру ринку консалтингу в Україні за базовими складниками.

Охарактеризуємо основні складники ринку консалтингу України.

За основними структурними сегментами (рис. 3) найбільшу частку займає ІТ-консалтинг – 27%. Домінування ІТ-консалтингу – стала тенденція

за рахунок, насамперед, аутсорсингу; намагання мінімізувати трансакційні витрати підприємствами спричиняє передачу реалізації низки функцій стороннім виконавцям. Високим попитом користуються впровадження інформаційних систем та їх інтегрування з метою підвищення ефективності управлінських бізнес-процесів. Цей сектор консультаційних послуг все більше спрямований на перехід від ІТ-аудитів до розроблення системних ІТ-проектів та мобільних технологій. Загалом сектор ІТ-консалтингу нині є одним із найбільш зростаючих та високоприбуткових.

Юридичний консалтинг (питома вага в загальній структурі – 21%) відноситься до класичних послуг із традиційно стабільним попитом, зумовленим антимонопольним регулюванням, дотриманням трудового законодавства, необхідністю забезпечення правової «чистоти» господарських угод під час реалізації операцій із нерухомістю, інвестиціями, веденням судових справ та іншими аспектами.

Специфікою маркетингового консалтингу є його міждисциплінарне походження з наростаючим впливом методик когнітивної психології (т. зв. «нейромаркетинг»). Маркетинг як визначник нових шляхів розвитку комерційної діяльності досить

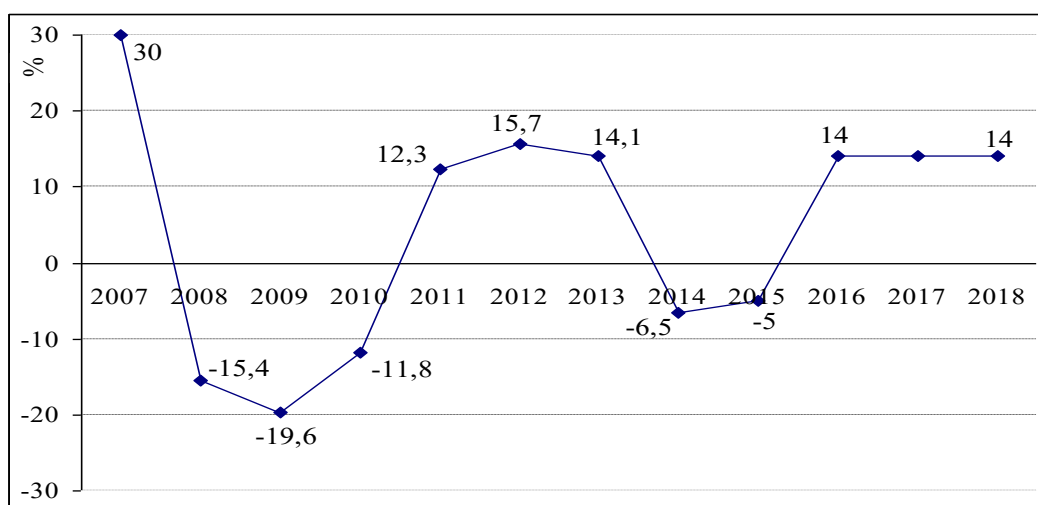


Рис. 2. Темпи зростання ринку консалтингу в Україні, %

Таблиця 1

Динаміка основних показників співставлення ВВП та обсягів консультаційних послуг

Показники	Період				
	2014	2015	2016	2017	2018
ВВП, млрд грн/ ВВП, млн дол.	1586,9 98199	1988,5 79066	2385,4 87957	2983,9 106530	3558,7 128195
Індекс ВВПдол., % (до минулого року)	X	80,5	111,2	121,1	120,3
Обсяг консультаційних послуг, млн дол.	416	395	450	513	585
Індекс консалтингу, %	93,5	95	114	114	114
Обсяг консультаційних послуг до ВВП, %	0,42	0,5	0,51	0,48	0,46

Джерело: розрахунки авторів за [7–10]

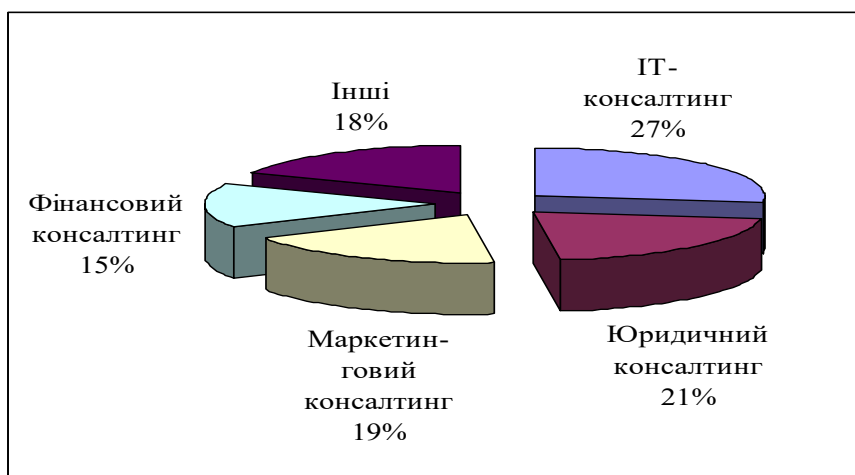


Рис. 3. Структура ринку консалтингу в Україні за сегментами

часто є складником комплексних проєктів стратегічного консалтингу. Розвиток маркетингового консалтингу не відноситься до найбільш перспективних напрямів та має інертний характер.

Фінансовий консалтинг інтегрує одночасно декілька компонентів, у т. ч. податкове та інвестиційне консультування, аудит. Сукупність консультаційних послуг за вказаними компонентами спрямована на підвищення ефективності фінансової політики, зниження податкових ризиків, зменшення трансакційних витрат, проведення аудиту з метою уникнення можливих помилок. Стосовно фізичних осіб перспективи фінансового консалтингу пов'язані з наданням експертних послуг після введення у майбутньому обов'язкової накопичувальної системи пенсійного забезпечення (зокрема, щодо допомоги з вибором застрахованою особою КУА). Уважаємо, що фінансовий консалтинг володіє найбільшим потенціалом для подальшого зростання, зумовленим сприятливою економічною кон'юнктурою та розвитком фінансових ІТ-технологій.

У контексті фінансового консалтингу варто виділити податкове консультування як окремий вид діяльності. Підвищений попит на ці послуги пояснюється перманентними змінами податкового законодавства та намаганням економічних агентів оптимізувати результати фінансово-господарської діяльності за рахунок зменшення податкових платежів у бюджеті всіх рівнів. Податковий консалтинг включає попередній аналіз та оцінку декларацій, консультування щодо податкового планування, юридичний супровід суб'єктів. Саме комплексне консультування фахівцями-експертами щодо всіх податкових аспектів є найбільш актуальним, оскільки консультант не тільки пропонує певне рішення, а й допомагає його реалізувати та несе відповідальність за остаточні наслідки. Тому податковий консалтинг можливо тлумачити як невід'ємний елемент чинної податкової системи.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз стану ринку консалтингу в Україні та тенденцій його розвитку дає змогу зробити такі висновки:

- обсяг національного ринку консалтингу становить орієнтовно 0,46% ВВП (585 млн дол.), що перевищує максимальні докризові показники та загалом відповідає середньоєвропейському рівню;
- ринок консалтингу в Україні має позитивну динаміку (середньорічні темпи зростання – 14%), проте ця тенденція є нестійкою;
- консультаційні послуги, які надаються суб'єктами господарювання, суттєво диференційовані; найбільш перспективними напрямками є фінансовий та ІТ-консалтинг;
- ринок консалтингу функціонує в Україні без спеціалізованої законодавчої бази та потребує статистичного виокремлення як особливого виду діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Асоціація консалтингових фірм. URL : <http://acf.ua/> (дата звернення: 01.02.2020).
2. Верба В.А. Консалтингова підтримка розвитку українських підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Т. 2. С. 55–59.
3. Верба В.А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток : монографія. Київ : КНЕУ, 2011. 327 с.
4. Діяльність підприємств сфери послуг : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. URL : http://ukrstat.org/druk/publicat/kat_r/publposl_r.htm (дата звернення: 01.02.2020).
5. Карпенко О.О. Перспективи розвитку консалтингової діяльності в Україні на основі європейського досвіду. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 27. С. 54–58.
6. Козаченко С.В., Новицький В.Є., Довгий О.С. Консалтинг у сучасній ринковій економіці. Київ : Арістей, 2006. 380 с.
7. Мурга М. Чужим розумом: як виживає ринок консалтингу. URL : delo.ua/business/chuzhimumom-

chem-vyzhivaet-rynok-konsaltinga-313987 (дата звернення: 01.02.2020).

8. Огляд ринку консалтингових послуг в Україні / Дослідження консалтингової групи «Астарта-Таніт» на замовлення ЄБРР. URL : https://issuu.com/training.com.ua/docs/distribution_materials_-_18.11.2010__formatted__red/4 (дата звернення: 01.02.2020).

9. Орищенко М. Антикризовий консалтинг. Попит зростає. *Консалтинг в Україні*. 2014. № 59. С. 4–7.

10. Статистичний щорічник України за 2018 рік / за ред. І.Є. Вернера. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 482 с.

REFERENCES:

1. Asotsiatsiia konsal'tynhovykh firm [Association of consulting firms]. – Available at: <http://acf.ua/>. (accessed 1 February 2020).

2. Verba V. (2009) Konsal'tynhova pidtrymka rozvytku ukrains'kykh pidpriemstv [Consulting support for the Ukrainian enterprises development]. *Bulletin of Khmelnytsk National University*. Vol. 2. pp. 55-59.

3. Verba V. (2011) Upravlins'ke konsul'tuvannia: kontseptsii, orhanizatsiia, rozvytok [Management consulting: concept, organization, development]. Kyiv: KNEU, 327 p. (in Ukrainian)

4. Diyal'nist' pidpriemstv sfery posluh. Statystychnyi biuleten' [Activities of service companies. Statistical

bulletin]. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://ukrstat.org/druk/publicat/kat_r/publposl_r.htm (accessed 1 February 2020).

5. Karpenko O. (2018) Perspektyvy rozvytku konsal'tynhovoï diial'nosti v Ukraini na osnovi yevropeïskoho dosvidu [Prospects for development of consulting activity in Ukraine based on European experience]. *Black Sea Economic Studies*. Vol. 27. pp. 54-58.

6. Kozachenko S. Konsal'tynh u suchasniï rynkovii ekonomitsi [Consulting in modern market economy]. Kyiv: Aristei, 380 p. (in Ukrainian)

7. Murha M. Chuzhym rozumom: yak vyzhyvaie rynek konsal'tynhu [Another's mind: how the consulting market survives]. Available at: delo.ua/business/chuzhym-rozumom-chem-vyzhivaet-rynok-konsaltinga-313987 (accessed 1 February 2020).

8. Ohliad rynku konsal'tynhovykh posluh v Ukraini [Overview of the consulting services market in Ukraine]. Research by consulting group "Astarta-Tanit" commissioned by the EBRD. Available at: https://issuu.com/training.com.ua/docs/distribution_materials_18.11.2010__formatted__red/4 (accessed 1 February 2020).

9. Oryshchenko M. (2014) Antykryzovyi konsal'tynh. Popyt zrostaie [Crisis consulting. Demand is increasing]. *Consulting in Ukraine*. Vol. 59, December. pp. 4-7.

10. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. 482 p. (in Ukrainian)

АНАЛІЗ ФАКТОРНОГО ПРОСТОРУ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ГЛОБАЛЬНИМИ РЕЙТИНГОВИМИ ОЦІНКАМИ КРАЇН СВІТУ

ANALYSIS OF THE FACTOR SPACE OF PERFORMANCE LOGISTIC ACTIVITY INDICATORS BY GLOBAL RATING EVALUATIONS OF THE WORLD

УДК 656.073.7

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-17>**Сергієнко О.А.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та експертизи товарів
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Галоненко О.Є.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та експертизи товарів
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Sergienko Olena

National Technical University
"Kharkiv Politechnic Institute"

Galonenko Olga

National Technical University
"Kharkiv Politechnic Institute"

У статті проведено кластерний та канонічний аналіз за індексом ефективності логістики (LPI), який використовується для вимірювання ефективності міжнародних ланцюгів постачання. Дослідження охоплює 160 країн світу. Країни оцінюються за п'ятибальною системою за декількома окремими характеристиками логістичної сфери: ефективність митної обробки вантажу, можливості організації міжнародних вантажовідправлень, ефективність місцевої логістичної інфраструктури, контроль і відстеження міжнародних вантажовідправлень, витрати на логістику всередині країни, своєчасність доставки вантажів у пункти призначення. За результатами кластерного аналізу встановлено, що Україна належить до другої групи країн із середнім рівнем логістичного розвитку. Канонічний аналіз показав, що між множинами характеристик логістичної сфери та їх результативними показниками існує суттєва залежність, і найбільший внесок у залежність роблять змінні «митниця», «інфраструктура» та «загальний бал оцінки логістичної діяльності».

Ключові слова: факторний простір, логістична діяльність, індекс ефективності логістики, канонічний аналіз, кластерний аналіз.

В статье проведен кластерный и канонический анализ по индексу эффектив-

ности логистики (LPI), который используется для измерения эффективности международных цепей снабжения. Исследование охватывает 160 стран мира. Страны оцениваются по пятибальной системе по нескольким отдельным характеристикам логистической сферы: эффективность таможенной обработки грузов, возможности организации международных грузоперевозок, эффективность местной логистической инфраструктуры, контроль и отслеживание международных грузоперевозок, расходы на логистику внутри страны, своевременные доставки грузов в пункты назначения. По результатам кластерного анализа установлено, что Украина относится ко второй группе стран со средним уровнем логистического развития. Канонический анализ показал, что между множествами характеристик логистической сферы и их результативными показателями существует существенная зависимость, и наибольший вклад в зависимость вносят переменные «таможня», «инфраструктура» и «общий бал оценки логистической деятельности».

Ключевые слова: факторное пространство, логистическая деятельность, индекс эффективности логистики, канонический анализ, кластерный анализ.

The article deals with cluster and canonical analyzes on the Logistics Performance Index (LPI), which is used to measure the effectiveness of international supply chains. The study covers 160 countries. Countries are evaluated on a five-point system based on several separate characteristics of the logistics sector: the efficiency of customs cargo handling, the possibility of organizing international cargo shipments, the efficiency of local logistics infrastructure, control and tracking of international cargo shipments, the cost of logistics within the country, timely delivery of goods. Ukraine ranks 66th among the countries in the logistic efficiency index and is the leader among the CIS countries in 2018. As a result of the cluster analysis of the characteristics of the logistics sector, it is established that countries can be divided into three groups according to the level of development of each of the components: "most logistically developed" "moderately developed" and "weakest". Ukraine belongs to the second cluster. According to this analysis, we can conclude that Ukraine has a more or less efficient logistics system with a number of disadvantages and has a great prospect of entering the cluster of "most logistically developed countries". The main focus should be on the most influential indicators: quality of logistics and competence, work of customs, tracking of freight. The interconnection and interdependence of logistic sphere characteristics was investigated using canonical analysis. It is established that there are significant dependencies between sets of characteristics of logistic sphere and productive indicators, and customs, infrastructure and overall score of logistic activity make the greatest contribution to dependence. The conducted study of the main factors and tendencies of market development made it possible to distinguish the main external risks and threats, among which: slowdown of dynamics of macroeconomic indicators, high risk of devaluation of the national currency, falling demand in foreign markets for export products; high cost of credit and investment resources; increased competition from foreign companies; further increase in the cost of production.

Key words: factor space, logistic activity, logistics performance index, canonical analysis, cluster analysis.

Постановка проблеми. Логістична діяльність промислових підприємств є важливим ресурсом розвитку економіки країни, дієвим інструментом інтеграції у світову систему ринкових відносин. Експорт та імпорт визначають динаміку багатьох макро- і мікроекономічних параметрів, забезпечуючи економічне зростання і підвищення добробуту населення. Рівень розвитку показників оцінки логістичної діяльності є одним із потенціалів країни і визначає її конкурентоспроможності на світовій арені.

Україна має величезний логістичний потенціал, який може вивести її в коло найбільш логістично

розвинених країн світу. Однак поки цей потенціал реалізується слабо, що пов'язано, насамперед, із недооцінкою органами державної влади й учасниками ринку того факту, що логістика є рушійною силою (мотором) економіки як на макрорівні, так і на рівні суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми підвищення ефективності логістики знайшли своє відображення у дослідженнях таких учених, як: Н.М. Гуржій, А.І. Оверченко [1], Ю.О. Крюкова [2], В.М. Кислий [3], В.Я. Омельченко [4], А.В. Ткачова [5] та ін.

Вплив логістики на показники глобальної економіки відображено у дослідженні «Налагодження зв'язків для підвищення конкурентоспроможності: торгова логістика в глобальній економіці» Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) [6]. Подальшого дослідження потребують питання розроблення методичного підходу до економічної оцінки можливостей розвитку та вдосконалення управління логістичною діяльністю підприємств і країни у цілому.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка рівня економічного зростання і зовнішньоекономічної діяльності та чинників, що її визначають, виявлення спільних тенденцій та обґрунтування відмінностей залежно від пояснюючих показників із застосуванням методології багатовимірного моделювання кластерного та канонічного аналізу на основі факторо-просторового дослідження системи показників ефективності логістичної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу було взято факторний простір глобального рейтингу країн та територій світу за показниками валового внутрішнього продукту й

оцінки ефективності логістичної діяльності (LPI) [8; 9] для 160 країн світу:

- митниця (Customs) (X1);
- інфраструктура (Infrastructure) (X2);
- міжнародні перевезення (International Shipments) (X3);
- якість логістики і компетентність (Logistics Quality & Competence) (X4);
- відстеження (Tracking and Tracing) (X5);
- своєчасність (Timeliness) (X6);
- зростання ВВП (GDP growth) (U1);
- загальний бал LPI (Overall LPI Score) (V1).

Результати рейтингу ефективності логістичної діяльності України представлено в табл. 1. Виходячи з даних табл. 1, у 2018 р. Україна займає 66-е місце серед країн світу за індексом логістичної ефективності. Так, порівняно з рейтингом 2016 р. Україна поліпшила результат на 14 позицій.

Перші 10 країн світу за рейтингом Світового банку за індексом логістичної ефективності за 2010, 2012, 2014 рр. представлено в табл. 2.

Показники ефективності логістики для вибірки країн СНД у табл. 3. Як видно з табл. 3, Україна займає лідируючу позицію серед країн СНД.

Таблиця 1

Результати рейтингу Світового банку щодо індексу логістичної ефективності України за 2014, 2016, 2018 рр.

Показники	LPI 2014 (оцінка в балах / місце)	LPI 2016 (оцінка в балах / місце)	LPI 2018 (оцінка в балах / місце)
Інтегральний індекс	2,98 (61)	2,74 (80)	2,83 (66)
Якість митних процедур	2,69	2,30	2,49
Інфраструктура	2,65	2,49	2,22
Відвантаження	2,95	2,59	2,83
Компетентність	2,84	2,55	2,84
Контроль	3,20	2,96	3,11
Своєчасність	3,51	3,51	3,42

Джерело: складено за [8]

Таблиця 2

ТОП-10 країн за індексом ефективності логістики за 2014, 2016, 2018 рр.

Країна	LPI 2014 (оцінка в балах / місце)	LPI 2016 (оцінка в балах / місце)	LPI 2018 (оцінка в балах / місце)
Сінгапур	4,13 (1)	4,14 (5)	4,00 (7)
Гонконг (Китай)	4,12 (2)	4,07 (9)	-
Фінляндія	4,05 (3)	-	3,97 (10)
Німеччина	4,03 (4)	4,23 (1)	4,20 (1)
Нідерланди	4,02 (5)	4,19 (4)	4,02 (6)
Данія	4,02 (6)	-	3,99 (8)
Бельгія	3,98 (7)	4,11 (6)	4,04 (3)
Японія	3,93 (8)	-	4,03 (5)
США	3,93 (9)	3,99 (10)	-
Великобританія	3,9 (10)	4,07 (8)	3,99 (9)
Швеція	-	4,20 (3)	4,05 (2)
Австрія	-	4,10 (7)	4,03 (4)
Люксембург	-	4,22 (2)	-

Джерело: складено за [8]

Зважаючи на те, що методи оцінки ефективності логістичної діяльності спрямовані на оцінку ефективності різних підсистем логістичної діяльності, кожен із цих методів має свої переваги та обмеження. З метою проведення дослідження стану логістичної діяльності країн світу ефективним є використання кластерного аналізу.

Кластеризація (або кластерний аналіз) – це розбиття множини об'єктів на групи, які називаються кластерами. У середині кожної групи повинні виявитися «схожі» об'єкти, а об'єкти різних групи повинні бути якомога більш відмінні [10].

Сутність методології кластерного аналізу характеризується можливостями:

- проведення просторово-динамічної кластеризації з урахуванням ознак, що відображають сутність та природу об'єктів, це дає змогу провести поглиблену оцінку сукупності об'єктів, які класифікуються;

- перевірки гіпотез про наявність деякої структури у досліджуваній сукупності держав;

- ідентифікації існуючої структури.

Застосування кластерного аналізу в загальному вигляді зводиться до таких етапів [10]:

- відбір вибірки об'єктів для кластеризації; визначення безлічі змінних, за якими будуть оцінюватися об'єкти у вибірці; за необхідності – нормалізація значень змінних; обчислення значень міри схожості між об'єктами;

- застосування методу кластерного аналізу для створення груп схожих об'єктів (кластерів);

- представлення результатів аналізу.

Використовуючи глобальний рейтинг країн і територій світу за показниками оцінки логістичної діяльності (LPI), проведено кластеризацію для більш наглядної демонстрації логістичного стану країн методом K-середніх.

За графіком середніх значень, який зображений на рис. 1, видно, що всі три кластери суттєво відрізняються один від іншого за всіма показниками.

На основі дисперсійного аналізу, можна зробити висновок, що всі коефіцієнти є значимими. Найбільш суттєві з яких є: загальний бал LPI (Overall LPI score), інфраструктура (Infrastructure), якість логістики і компетентність (Logistics quality and competence) та відстеження (Tracking and tracing).

Члени кластерів та їх відстані до центру відповідного кластера наведено на рис. 2.

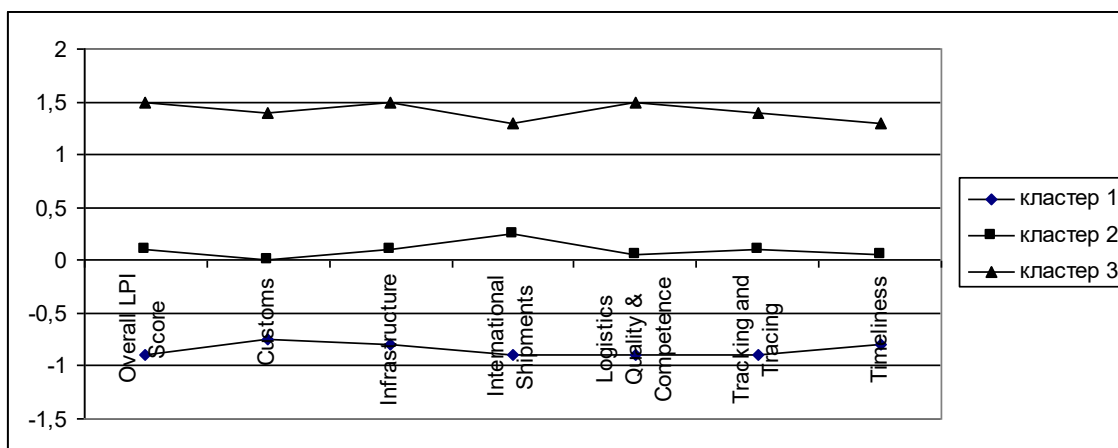


Рис. 1. Графік середніх значень показників оцінки ефективності логістичної діяльності

Таблиця 3

Показники ефективності логістики країн СНД станом на 2018 р.

Країна	Інтегральний індекс	Якість митних процедур	Інфраструктура	Відвантаження	Компетентність	Контроль	Своєчасність
Україна	2,83 (66)	2,49	2,22	2,83	2,84	3,11	3,42
Грузія	2,44 (119)	2,42	2,38	2,38	2,36	2,26	2,95
Казахстан	2,81 (71)	2,66	2,55	2,73	2,58	2,78	3,53
Білорусь	2,57 (93)	2,35	2,44	2,31	2,64	2,54	3,18
РФ	2,76 (75)	2,42	2,78	2,64	2,75	2,65	3,31
Вірменія	2,61 (91)	2,57	2,48	2,65	2,50	2,51	2,90
Узбекистан	2,58 (99)	2,10	2,57	2,42	2,59	2,71	3,09
Молдова	2,46 (116)	2,25	2,02	2,69	2,30	2,21	3,17
Таджикистан	2,34 (134)	1,92	2,17	2,31	2,33	2,33	2,95

Джерело: складено за [8]

	Members of Cluster Number 1 and distance from respective cluster contains 70 cases		Members of Cluster Number 2 and distance from respective cluster contains 52 cases		Members of Cluster Number 3 and distance from respective cluster contains 38 cases
	Distance		Distance		Distance
ARM	0,477719	ROM	0,682252	DEU	0,748484
NAM	0,461128	ISR	0,793988	NLD	0,620102
MDA	0,610027	CHL	0,579800	BEL	0,608939
NIC	0,469214	SVK	0,644110	GBR	0,558412
DZA	0,433576	GRS	0,578492	SGP	0,555320
COL	0,404370	PAN	0,518108	SWE	0,460572
BFA	0,422541	LTU	0,456432	NOR	0,656174
BLR	0,408181	BGR	0,595520	LUX	0,559991
GHA	0,493130	VNM	0,406472	USA	0,464131
SEN	0,577487	SAU	0,452275	JPN	0,401767
LBR	0,482960	MEX	0,378296	IRL	0,401767
HND	0,423563	MLT	0,401368	CAN	0,326814
ETH	0,386982	BHR	0,587157	FRA	0,274305
NPL	0,348228	IDN	0,326344	CHE	0,310240
SLB	0,443728	IND	0,293833	HKG	0,234660
BDI	0,294919	HRV	0,232812	AUS	0,258454
BGD	0,462421	KWT	0,313061	DNK	0,375857
BEN	0,323862	PHL	0,407019	ESP	0,142952
TUN	0,479294	CYP	0,147529	ITA	0,178956
FJI	0,318208	OMN	0,388143	KOR	0,104833
TCD	0,318208	ARG	0,201794	AUT	0,271579
TJK	0,255060	UKR	0,213627	NZL	0,433550
MUS	0,235357	EGY	0,303447	FIN	0,397528
GEO	0,300914	SRB	0,311393	MYS	0,298022
MKD	0,204826	SLV	0,478523	PRT	0,336193
LBY	0,352316	BRA	0,239054	ARE	0,339329
MLI	0,391233	BHS	0,305933	CHN	0,364712
BWA	0,196655	MNE	0,381192	QAT	0,394173
BOL	0,327645	JOR	0,266555	TUR	0,455420
GIN	0,232272	DOM	0,161038	POL	0,500565
ZMB	0,336711	JAM	0,304810	CZE	0,460256
GUY	0,169432	PER	0,212199	HUN	0,597706
AZE	0,432435	PAK	0,418375	ZAF	0,561130
PNG	0,137722	MWI	0,448082	THA	0,515517
GNB	0,232795	KEN	0,601640	LVA	0,634338
COM	0,339095	NGA	0,424551	ISL	0,611100
USB	0,532935	VEN	0,266479	SVN	0,612482
NER	0,187167	GTM	0,304182	EST	0,673192
LAO	0,199499	PRY	0,294965		
MDG	0,268580	CIV	0,386022		
LSO	0,172511	RWA	0,383482		
CAF	0,372727	BIH	0,431918		
MNG	0,289793	MDV	0,604855		
GNQ	0,331355	KHM	0,441535		
ZWE	0,355884	STP	0,515973		
TZA	0,285785	LBN	0,568096		
TGO	0,263940	ECU	0,408527		
TKM	0,333900	CRI	0,458512		
IRQ	0,295979	KAZ	0,455947		
CMR	0,439626	LKA	0,513121		
BTN	0,379258	RUS	0,482506		
HTI	0,300645	URY	0,479191		
GMB	0,453449				
MOZ	0,437945				
MRT	0,481454				

Рис. 2. Кластери за показниками оцінки логістичної діяльності (LPI)

Таким чином, дані таблиць дають змогу визначити склад кожного з трьох кластерів. Кластер 3 суттєво відрізняється від інших двох кластерів і є «найбільш логістично розвиненим». Він включає у себе 38 країн, серед яких: Німеччина, Нідерланди, Бельгія, Сінгапур, Сполучені Штати та ін. Кластер 2 є «середньо розвиненим» і включає у себе 52 країни, серед яких: Румунія, Ізраїль, Україна та ін. Кластер 1 є «найслабшим» серед аналізованих кластерів і включає у себе 70 країн зі слабкою логістичною діяльністю.

З огляду на наявні тенденції на фінансово-кредитному ринку, українські підприємства можуть зіштовхнутися з проблемами, які були характерні для 2009–2019 рр., а саме з високою вартістю кредитних та інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації проєктів та розширення асортименту продукції, що в умовах посилення конкуренції на ринку може призвести до загострення дефіциту обігових коштів підприємств. Окрім того, в умовах нестабільності на зовнішніх фінансових ринках низка провідних українських банків істотно скорочує обсяги кредитування корпоративного та реального секторів економіки.

Для аналізу зв'язків між масовими явищами і процесами застосовано метод канонічних кореляцій, що дає можливість одночасно аналізувати взаємозв'язок декількох вихідних показників і великого числа визначальних чинників. Головні характеристики методу канонічних кореляцій [7]:

1. Метод канонічних кореляцій розширює можливість дослідження взаємозв'язків різних явищ і процесів у соціально-економічних системах різного рівня ієрархії в результаті залучення в процес аналізу відразу декількох результативних показників.

2. Розгляд канонічних ваг дає змогу зрозуміти значення кожного канонічного кореня: як

конкретні змінні в кожній множині впливають на зважену суму.

3. Комбінації лінійних незалежних вихідних змінних будуються так, що вони є центрованими, нормованими і некорельованими всередині множин.

4. Аналіз структури канонічних змінних і величини канонічних кореляцій дає змогу здійснювати відбір найбільш інформативних змінних за характером тісноти зв'язку між двома множинами змінних і змісту процесу.

5. Критерієм оцінки суттєвості або неістотності ознаки, що відкидається, на кожному кроці констатує зміна величини канонічної кореляції.

Загальний алгоритм аналізу даних методом канонічних кореляцій [7]:

- формування масиву вихідних даних;
- аналіз вихідних даних – пошук розкидів, перевірка нормальності закону розподілу;
- дослідження залежності між змінними;
- розрахунок параметрів, що відображають характер зв'язку і залежності;
- побудова системи канонічних кореляцій;
- оцінка значущості канонічних коренів на основі критерію Бартлетта (χ^2);
- інтерпретація результатів моделювання;
- покроковий аналіз і відсів малозначущих факторів.

Канонічна кореляція $R = 1,000$, наведена у верхньому рядку вікна на рис. 3, відповідає кореляції між першими канонічними змінними (зваженими сумами). Її значення свідчить про наявність сильної залежності між групами змінних.

Значення Chi-Square (χ^2) = 4289,53 і рівень значущості $p = 0,00$, зображені на рис. 4, підтверджують значимість першого канонічного кореня. Зауважимо, що квадратний корінь із власного значення дорівнює відповідному канонічному

	Correlatiom (model)							
	GDP growth (%)	Overall LPI Score	Customs	Infrastructure	International Shipments	Logistics Quality & Competence	Tracking and Tracing	Timeliness
GDP growth (%)	1,000	-0,238	-0,211	-0,232	-0,269	-0,256	-0,175	0,216
Overall LPI Score	-0,238	1,000	0,942	0,972	0,972	0,978	0,954	0,933
Customs	-0,211	0,942	1,000	0,936	0,849	0,917	0,856	0,815
Infrastructure	-0,232	0,972	0,936	1,000	0,871	0,946	0,911	0,880
International Shipments	-0,269	0,927	0,849	0,871	1,000	0,878	0,856	0,840
Logistics Quality & Competence	-2,256	0,978	0,917	0,946	0,876	1,000	0,931	0,904
Tracking and Tracing	-0,175	0,954	0,856	0,911	0,856	0,931	1,000	0,887
Timeliness	-0,216	0,933	0,815	0,880	0,840	0,904	0,887	1,000

Рис. 3. Матриця парних коефіцієнтів кореляції

Canonical R: 1,00000
 Chi-Square: 4289,528 df=(12) p=0,0000
 Number of valid cases 160

N=160	Canonical Analysis Summary (My model) Canonical R: 1,00000 Chi-Square: 4289,528 p=0,0000	
	Left set	Right set
No. of variables	6	2
Variance extracted	91,9078 %	100,000%
Total redundancy	90,5622 %	56,1351%
Variable 1	Customs	GDP growth (%)
2	Infrastructure	Overall LPI Score
3	International Shipments	
4	Logistics Quality & Competence	
5	Tracking and Tracing	
6	Timeliness	

	No. of variables	Variance extracted	Total redundancy
Left set	6	91,9078 %	100,000%
Right set	2	100,000%	56,1351%

Рис. 4. Результати аналізу канонічної кореляції

Root	Eigenvalues (My model)	
	Root 1	Root 2
Value	1,00000	0,070045

Root Removed	Chi-Square Test with Successive Root Removed (My model)					
	Canonical R	Canonical R-sqr	Chi-Sq	df	p	lambda prime
0	1,00000	1,00000	4289,528	12	0,000000	0,000000
1	0,26466	0,070045	10,784	5	0,055864	0,929955

Рис. 5. Характеристичні корені та оцінка значущості канонічних кореляцій

коефіцієнту кореляції ($R_1 = 1$; $R_2 = 0,070045$). Результати аналізу канонічної кореляції зображено на рис. 4.

Проведемо оцінку значущості коефіцієнтів канонічних кореляцій. Для цього порівняємо отримані результати з відповідними табличними значеннями. Число ступенів свободи (df) для першого коефіцієнта 12, для другого – 5 (рис. 5). Для першого коефіцієнта значення $\chi^2=4289,528$, табличне значення 2,73. Оскільки розрахункове значення більше табличного, то нульова гіпотеза про те, що перший коефіцієнт дорівнює 0, відкидається, тобто приймається гіпотеза про його статистичну значущість.

Для другого коефіцієнта значення $\chi^2=10,784$, табличне значення 0,352. Оскільки розрахункове значення більше табличного, то нульова гіпотеза

про те, що другий коефіцієнт дорівнює 0, відкидається, тобто приймається гіпотеза про його статистичну значущість.

У результаті проведених розрахунків отримуємо матриці кореляцій між факторними змінними, результативними показниками, а також між факторами і результативними показниками (рис. 6). У першій множині найбільша залежність між змінними Customs і Infrastructure. У другій множині сильна залежність між змінними GDP growth і overall LPI score. Між факторами і результативними показниками найбільший взаємозв'язок між змінними Logistics quality and competence і Overall LPI score.

Навантаження канонічних факторів (рис. 7) можна інтерпретувати так само, як і у факторному аналізі. Вони являють собою кореляції між

Root Removed	Customs	Infrastructure	International Shipments	Logistics Quality & Competence	Tracking and Tracing	Timeliness
Customs	1,000	0,936	0,849	0,917	0,856	0,815
Infrastructure	0,936	1,000	0,871	0,946	0,911	0,880
International Shipments	0,849	0,871	1,000	0,878	0,856	0,840
Logistics Quality & Competence	0,917	0,946	0,876	1,000	0,931	0,904
Tracking and Tracing	0,856	0,911	0,856	0,931	1,000	0,887
Timeliness	0,815	0,880	0,840	0,904	0,887	1,000

Root Removed	Correlations, right set		Root Removed	Correlations, left set	
	GDP growth (%)	Overall LPI Score		GDP growth (%)	Overall LPI Score
Customs			Customs	-0,211138	0,941910
Infrastructure			Infrastructure	-0,237173	0,972319
International Shipments			International Shipments	-0,269014	0,926774
Logistics Quality & Competence			Logistics Quality & Competence	-0,255584	0,977651
Tracking and Tracing			Tracking and Tracing	-0,1754332	0,953752
Timeliness			Timeliness	-0,215997	0,933112
GDP growth (%)	1,00000	-0,23795			
Overall LPI Score	-0,23795	1,00000			

Рис. 6. Матриця кореляцій між факторними, результативними та факторами і результативними змінними

Variables	Canonical Weights	
	Root 1	Root 2
Customs	0,175338	-1,34336
Infrastructure	0,179228	0,44057
International Shipments	0,168607	1,15154
Logistics Quality & Competence	0,179565	2,51754
Tracking and Tracing	0,175413	-2,39094
Timeliness	0,172938	-0,44056

Variables	Canonical Weights	
	Root 1	Root 2
GDP growth (%)	-0,00000	-1,02957
Overall LPI Score	1,000000	-0,24499

Рис. 7. Факторна структура для множини факторних ознак та результативних показників

змінними з множини і відповідними канонічними змінними.

Дисперсія (Variance extracted), зображена на рис. 8, обчислюється як

$$D = \frac{\sum W_i^2}{p},$$

де $\sum W_i$ – сума квадратів навантажень канонічних факторів за всіма змінними множини; p – число змінних в множині.

Коефіцієнти надмірності (Reddency) обчислюються:

$$k_{\text{надм}} = D \cdot R_{kk}^2,$$

де R_{kk}^2 – квадрат відповідної канонічної кореляції.

Коефіцієнти надмірності (для конкретного кореня) можна інтерпретувати як середню частку дисперсії, що пояснюється у змінних відповідної

Factor	Variance extracted		Variance	Variance extracted	
	Variance extracted	Reddency		Variance extracted	Reddency
Root 1	0,904609	0,904609	Root 1	0,528311	0,528311
Root 2	0,014470	0,001014	Root 2	0,471689	0,033039

Рис. 8. Дисперсія і коефіцієнти надмірності для множини факторних ознак

Variables	Canonical Weights left set	
	Root 1	Root 2
Customs	0,175338	-1,34336
Infrastructure	0,179228	0,44057
International Shipments	0,168607	1,15154
Logistics Quality & Competence	0,179565	2,51754
Tracking and Tracing	0,175413	-2,39094
Timeliness	0,172938	-0,44056

Variables	Canonical Weights right set	
	Root 1	Root 2
GDP growth (%)	-0,00000	-1,02957
Overall LPI Score	1,000000	-0,24499

Рис. 9. Канонічні ваги для лівої та правої множини результативних показників

множини виходячи зі значення кореня за заданих значень змінних іншої множини.

На рис. 9 відображено таблиці результатів із канонічними вагами для кожної з множини змінних. Ваги відповідають нормованим змінним, їх можна використовувати для обчислення канонічних значень для кожного канонічного кореня, для кожної множини змінних, а також для інтерпретації канонічних коренів. Чим більше абсолютне значення ваги, тим більше внесок відповідної змінної в значення канонічної змінної.

Тобто можна зробити висновок, що для лівої множини найбільший внесок у значення першої канонічної змінної робить змінна x_1 , а для правої множини – y_1 .

Системи канонічних змінних для відповідних отриманих коефіцієнтів канонічних кореляцій матимуть вигляд:

для $R_1 = 1$:

$$U_1 = 0,1753379x_1 + 0,1793275x_2 + 0,1686073x_3 + 0,1795651x_4 + 0,175413x_5 + 0,1729379x_6;$$

$$V_1 = -0,000y_1 + 1,000y_2;$$

для $R_2 = 0,070045$:

$$U_1 = -1,343357x_1 + 0,4405659x_2 + 1,151544x_3 + 2,51754x_4 - 2,390945x_5 - 0,4406527x_6;$$

$$V_1 = -1,029573y_1 - 0,2449928y_2.$$

Таким чином, між множинами факторів і результативних показників існує сильна залежність, і

найбільший внесок у залежність роблять змінні Customs, Infrastructure і Overall LPI score.

На основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що результати канонічного аналізу показників сформованої системи показників показали наявність статистичної залежності між структурними елементами. Дана обставина свідчить про те, що запропонована система статистичних показників LPI та загального економічного розвитку країн не є довільним переліком показників, відповідає основним принципам системного аналізу й є системою як такою.

Отже, проведене дослідження основних чинників і тенденцій розвитку ринку дало змогу виокремити основні зовнішні ризики і загрози функціонуванню та розвитку підприємств, серед яких:

- уповільнення динаміки макроекономічних показників України, високий ризик девальвації національної валюти, падіння попиту на закордонних ринках збуту експортної продукції та сповільнення зростання економіки розвинених країн;
- висока вартість кредитних та інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації проєктів розвитку і розширення асортименту продукції, що може призвести до загострення дефіциту обігових коштів;
- посилення конкуренції з боку іноземних компаній; подальше зростання собівартості продукції.

Висновки з проведеного дослідження. Здороження процесу просування товарів у цілому, збільшення податкового навантаження та виникнення проблем, пов'язаних зі своєчасним

відшкодуванням ПДВ, доводять необхідність реалізації стратегій, які відповідають реаліям ринку, та загалом сприяють зменшенню істотних фінансових втрат та втрат усього бізнесу в умовах високої конкуренції.

За даним аналізом можна зробити висновок, що Україна має більш-менш ефективну логістичну систему з певною низкою недоліків і має велику перспективу увійти до кластера «найбільш логістично розвинутих країн». Головну увагу треба сконцентрувати на таких найбільш впливових показниках, як якість логістики та компетентність, робота митниці, відстеження вантажоперевезень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуржій Н.М., Оверченко А.І. Оцінка логістичного потенціалу підприємства як основа вибору його логістичної стратегії. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2016. Вип. 13. С. 244–248.
2. Крюкова Ю.О. Оцінка ефективності логістики. *ScienceRise*. 2015. № 1/1(6). С. 34–36.
3. Логістика: теорія та практика / В.М. Кислий та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2010. С. 356.
4. Омельченко В.Я. Маркетингово-логістические подходы к оценке эффективности хозяйственных процессов. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2004. С. 57–60.
5. Ткачова А.В. Трансформація організаційних форм логістичної діяльності: від системної до сітьової концепції. *Економічний вісник НГУ*. 2012. № 3. С. 93–102.
6. Arvis, J.-F., Mustra A., Ojala L., Shepherd B., Saslavski D. Networking to improve competitiveness: Trade Logistics in the Global Economy. The Logistic Performance Index and Its Indicators. Washington : The World Bank, 2014. 58 p.
7. Клебанова Т.С., Дубровіна А.В., Раєвська Е.В. Економетрія: навчально-методичний посібник. Харків : ІНЖЕК, 2003. С. 132.
8. Дані о торговій логістиці в глобальній економіці. URL : http://siteresources.worldbank.org/TRADE/LPI_2019_final.pdf (дата звернення: 10.01.2020).
9. Дані про логістичний індекс LPI. URL : www.worldbank.org/lpi (дата звернення: 10.01.2020).
10. Лукань Л., Цеглик Г. Застосування кластерного аналізу для оцінки розвитку малого підприємництва в регіонах України. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2009. Вип. 19. С. 73–80.

REFERENCES:

1. Hurzhii N.M. Overchenko A.I. (2016) Otsinka lohistrychnoho potentsialu pidpriemstva yak osnova vyboru yoho lohistrychnoi stratehii [Assessment of logistics potential of the enterprise as a basis for choosing its logistics strategy]. *Mykolaivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlyns'koho*. Vypusk 13. pp. 244–248. (in Ukrainian).
2. Kriukova Yu. O. (2015) Otsinka efektyvnosti lohistryky [Evaluation of logistics efficiency]. *Scientific Journal "ScienceRise"*. № 1/1(6). pp. 34–36. (in Ukrainian).
3. Kyslyi V.M., Bilovodska O.A., Olefirenko O.M., Solianyuk O.M. (2010) Lohistryka: teoriia ta praktyka [Logistics: Theory and Practice]. K: "Tsentri uchbovoi literatury". pp. 356. (in Ukrainian).
4. Omelchenko V.Ya. (2004) Marketingovo-logisticheskie podhody k otsenke effektivnosti hozyaystvennykh protsessov [Marketing and logistic approaches to assessing the effectiveness of business processes]. *Naukoviy visnik natsionalnogo gornichogo universitetu*. Vip. Dniproperetrovsk: NGU. pp. 57–60.
5. Tkachova A. V. (2012) Transformatsiia orhanzatsiinykh form lohistrychnoi diialnosti: vid systemnoi do sitovoi kontseptsii [Transformation of organizational forms of logistic activity: from system to network concept]. *Ekonomichnyi visnyk NHU*. № 3. pp. 93–102. (in Ukrainian).
6. Arvis, J.-F., Mustra A., Ojala L., Shepherd B., Saslavski D. (2014) Networking to improve competitiveness: Trade Logistics in the Global Economy. The Logistic Performance Index and Its Indicators. Washington : The World Bank. 58 p.
7. Klebanova T. S., Dubrovina. A.V., Raievniewa E. V. (2003) Ekonometriia: navchalno-metodychnyi posibnyk dlia samostiinoho vyvchennia dystsypliny [Econometrics: A study guide for independent study of the discipline]. Kh. : Vyd. Budynok "INZHEK". pp. 132. (in Ukrainian).
8. Dani o torhovii lohistrytsi v hlobalnii ekonomitsi [Data on trade logistics in the global economy.]. URL: http://siteresources.worldbank.org/TRADE/LPI_2019_final.pdf. (accessed 10 January 2020).
9. Dani pro lohistrychnyi indeks LPI [LPI Logistics Index Data]. URL: www.worldbank.org/lpi. (accessed 10 January 2020).
10. Lukan L., Tsehlyk H. (2009) Zastosuvannia klasternoho analizu dlia otsinky rozvytku maloho pidpriemnytstva v rehionakh Ukrainy [Application of cluster analysis to assess small business development in the regions of Ukraine]. *Formuvannia rynkovoї ekonomiky v Ukraini*. Vyp. 19. pp. 73–80.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

НЕЧІТКІ КОГНІТИВНІ КАРТИ ЯК ЗАСІБ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

FUZZY COGNITIVE MAPS AS A MEANS OF MODELING THE ENTERPRISE LOGISTICS SERVICES SYSTEM

УДК 339.188.4

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-18>

Авраменко О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
логістики і економіки
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Avramenko Olena

Simom Kuznets Kharkiv National
University of Economics

У статті досліджено питання використання когнітивного підходу до моделювання системи логістичного обслуговування підприємства. Метою дослідження є систематизація та узагальнення питань моделювання сценаріїв розвитку системи логістичного обслуговування підприємства шляхом побудови нечітких когнітивних карт. Використання когнітивних карт для аналізу та оцінювання взаємозв'язків у системі логістичного обслуговування дає змогу отримати альтернативні сценарії проектів розвитку системи, які охоплюють встановлення напрямів та специфіки побудови системи; синхронізацію та актуалізацію даних, необхідних для підтримки виробничих потреб у номенклатурних групах ресурсів; встановлення особливостей постачальницьких, виробничих та розподільних структур тощо. Методика моделювання сценаріїв розвитку логістичного обслуговування підприємства приводить до покращення показників діяльності підприємства, а саме до скорочення витрат, підвищення якості послуг.

Ключові слова: система логістичного обслуговування, підприємство, структуризація взаємозв'язків, моделювання, нечітка когнітивна карта.

В статье исследованы вопросы использования когнитивного подхода к моделиро-

ванию системы логистического обслуживания предприятия. Целью исследования является систематизация и обобщение вопросов моделирования сценариев развития системы логистического обслуживания предприятия путем построения нечетких когнитивных карт. Использование когнитивных карт для анализа и оценивания взаимосвязей в системе логистического обслуживания позволяет получить альтернативные сценарии проектов развития системы, охватывающие установление направлений и специфики построения системы; синхронизацию и актуализацию данных, необходимых для поддержания производственных потребностей в номенклатурных группах ресурсов; установление особенностей снабженческих, производственных и распределительных структур и т. п. Методика моделирования сценариев развития логистического обслуживания предприятия приводит к улучшению показателей деятельности предприятия, а именно к сокращению расходов, повышению качества услуг.

Ключевые слова: система логистического обслуживания, предприятие, структуризация взаимосвязей, моделирование, нечеткая когнитивная карта.

The questions of the using cognitive approach to modelling the enterprise logistics system are explored in the research. Traditional approaches to developing a logistics service system in today's unstable environment are unacceptable because they are not used for adaptation in a changing environment. Cognitive modelling can take into account subjective and objective factors, both in terms of certainty, risk and uncertainty. The purpose of research is to systematize and summarize the issues of modelling the logistics system of the enterprise using unclear cognitive maps to further predict alternative scenarios of system construction projects. The analysis presented in the research identifies the need for a comprehensive and systematic approach to the problem of selecting the necessary tools, which takes into account the uncertainty parameters in the tasks of forecasting the development of the logistics service system. The basic factors, causal relationships between them and the corresponding variables, determined by the results of the interviews, expert survey and characterizing various aspects of the research were established. Developing cognitive map scenarios allows presenting both objective factors and subjective expert thinking about the situation as well as integrating them to build an integral unclear cognitive map. Functional cognitive maps that correspond to production and logistics structures can be used to obtain alternative scenarios of logistic service system construction projects that cover the establishment of directions and specifics of system construction; synchronization and updating of data necessary to support production needs in nomenclature resource groups; establishment of characteristics of supply, production and distribution structures, etc. Modelling scenarios using unclear cognitive maps, allows you to predict the possibility of problems in the logistics system, as well as modelling the likelihood of development and adoption of comprehensive measures to prevent negative impact and improve the performance of the enterprise, namely to reduce costs, improve the quality of services.

Key words: logistics service system, enterprise, structuring interrelations, modeling, fuzzy cognitive map.

Постановка проблеми. Впродовж останніх років проблема формування й розвитку ефективної системи логістичного обслуговування (СЛО) підприємств різних галузей народного господарства країни перебуває в центрі уваги соціологів та економістів, оскільки має безпосереднє відношення до забезпечення стійкого добробуту населення та активного розвитку економіки країни загалом. Основна відмінність сфери логістичних послуг полягає в тому, що процес розвитку є складним і багатоструктурним, маючи елементи,

які функціонують в умовах динамічного середовища. Внутрішня активність таких елементів і невизначеність управлінських рішень викликають необхідність розширення моделей прогнозування розвитку системи за рахунок оцінювання й моніторингу так званих збурюючих факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження є наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері моделювання систем логістичного обслуговування, таких як С.П. Куц, В. Коско, П. Кін,

М. Мортон, В.В. Сілов, Л.А. Строкова, Д.Г. Лагерев, В.А. Рябязіна, Л.Р. Черняхівська. Система логістичного обслуговування є одним із ключових елементів, яка забезпечує конкурентну перевагу підприємства, що досягається за рахунок підтримання необхідного рівня обслуговування споживача за одночасної оптимізації сукупних витрат на його забезпечення. Водночас така система є складною багатоелементною структурою, внутрішня активність якої, супроводжувана впливом факторів невизначеності середовища, потребує розширення моделей прогнозування прийняття управлінських рішень за рахунок оцінювання й моніторингу так званих збурюючих факторів.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація та узагальнення питань моделювання системи логістичного обслуговування підприємства з використанням нечітких когнітивних карт для подальшого прогнозування альтернативних сценаріїв проєктів побудови системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час розгляду системи як результату інтеграції та відповідної адаптації науково-технічних, виробничих, обслуговуючих, комерційних та інших процесів у часових, просторових та організаційно-управлінських аспектах принциповим питанням є можливість багатоваріантності прогнозування її розвитку. При цьому основним варіюваним параметром може бути кількість партнерів, які залучені підприємством до логістичної діяльності, оскільки їх велика кількість може бути ознакою відсутності правильних критеріїв вибору партнерів, які мають найбільший потенціал для спільного створення інновацій [7].

Очевидно, що доцільно розглядати не будь-які системи, а лише ті, що є найефективнішими для її функціонування загалом [6]. В основу передбачення оптимального складу та структури такої системи має бути покладений принцип оптимальності розвитку, який передбачає об'єднання науково-технічних, виробничих, обслуговуючих процесів на ринку логістичних послуг та взаємодіючих з ними елементів у певну систему й спрямування її на очікуваний кінцевий результат, який забезпечує конкурентні переваги та прогресивний розвиток ринку послуг за умов врахування всієї сукупності факторів середовища, що впливають на функціонування такої системи. Необхідно виокремити найважливіші з цих факторів.

Значний вплив на склад і структуру системи справляє фактор єдності мети її побудови. Така система виникає за умов формування та реалізації сукупності внутрішніх і зовнішніх економічних відносин на всіх стадіях життєвого циклу поточних процесів шляхом інтеграції та відповідної адаптації до змін зовнішнього середовища.

На формування структури системи впливають заходи із забезпечення попиту на нову продукцію

та її відповідну логістичну підтримку (узгодженість рівня цін, новизна пропозиції логістичного продукту, залучення споживача до довгострокового співробітництва, орієнтація на спеціальні форми взаєморозрахунків та ціноутворення тощо).

Заходи активізації поточних процесів щодо споживача визначаються пріоритетом формування споживчого попиту на ринкову пропозицію та орієнтацією підприємства на адаптування формованої ним системи до змін споживчого попиту. Дотримання цього принципу встановлює такі умови:

- встановлення оптимальної кількості параметрів, достатньої для забезпечення точності представлення результату функціонування системи;
- оптимальне вирішення завдання формування структури системи з оптимальними сукупними витратами, що передбачає розроблення такого опису, який би забезпечував найбільшу передбачуваність результату її функціонування;
- оптимальний вибір параметричних значень показників формованої структури системи, вимірювання яких за мінімальних витрат забезпечує отримання достатньої для аналізу його стану інформації.

Водночас формування структури системи визначає здатність підприємства збільшувати та утримувати свою частку споживчого ринку за рахунок нових продуктивних пропозицій, цільових груп споживачів, регіонів реалізації такого продукту. Великого значення набуває здатність підприємства утримувати свої позиції лідера завдяки вертикальній інтеграції з постачальниками та споживачами.

Суттєвого значення в розвитку системи набувають внутрішні й зовнішні виробничо-економічні зв'язки, зумовлені виробничо-обслуговуючим середовищем. За безпосереднім впливом на стан системи вони нерівноцінні. Ефективність розвитку системи визначається насамперед тими організаційно-економічними структурами, що мають найцільніші взаємозв'язки й найбільше впливають на її розвиток. Окрім цього, однією з ключових умов формування системи є ресурсна орієнтація, тобто визначення можливостей поєднання ресурсів усіх учасників логістичної діяльності та їх комплексної реалізації краще й швидше, ніж у конкурентів.

Місце й роль логістичних послуг у розвитку відносин, їх конкурентні переваги сьогодні і, що важливо, в майбутньому значною мірою залежать від правильного формування пріоритетів та напрямів її розвитку. Впродовж тривалого часу вибір напрямів розвитку сфери логістичних послуг базувався на тих чи інших методах економічного прогнозування.

Представлений вище аналіз визначає потребу комплексного й системного підходу до проблеми вибору необхідних засобів урахування невизначеності у завданнях прогнозування розвитку системи. При цьому такі фактори необхідно враховувати як на етапі прогнозування, так і на етапі реалізації

процесу. Це значно ускладнює прогнозування й підвищує вимоги до гнучкості логістичних проєктів як у штатних, так і в позаштатних ситуаціях.

Вочевидь, необхідна технологія прогнозування таких процесів, яка б відповідала таким умовам:

- забезпечувала ефективне розроблення та реалізацію системи з урахуванням територіальної специфіки функціонування підприємств, глобальних і національних тенденцій соціально-економічного прогресу тощо;

- давала змогу планувати та здійснювати необхідні напрями логістичного обслуговування в узгодженості короткотермінових і довгострокових завдань;

- сприяла зростанню активізації системи, скороченню циклу «розроблення послуги – виробництво послуги – споживання послуги»;

- сприяла переходу сфери послуг до стійкого розвитку систем логістичного обслуговування;

- сприяла досягненню консенсусу у виборі та реалізації того чи іншого сценарію між усіма зацікавленими суб'єктами сфери логістичних послуг.

Світова практика пропонує використання різноманітних методів для аналізу структури взаємозв'язків в СЛО та оцінювання їх впливу. Інформація, необхідна для прийняття рішення щодо системи, має особливості, а саме нечітку інтерпретацію джерел і засобів отримання інформації, різноманітність і слабку релевантність інформації, отриманої на основі формалізації об'єктивних вимірів. Зазначені особливості перешкоджають застосуванню традиційних методів управління системами, тому є актуальним моделювання системи логістичного обслуговування за методом нечітких когнітивних карт [8]. Когнітивні карти не лише відображають причинно-наслідкові зв'язки між концептами, але й дають змогу відрізнити інтенсивність взаємовпливу між ними [1; 2; 3–5].

Найбільш вживаною є методика В.В. Сілова (1995 рік), яка визначається такими особливостями [8]:

1) Нечітка когнітивна карта G базується на формалізованому уявленні системи у вигляді причинно-наслідкової мережі:

$$G = \langle K, W \rangle, \quad (1)$$

де $K = \{K_1; K_2; \dots; K_n\}$ – множина концептів; W – бінарне відношення на множині K , яке задає набір зв'язків між його елементами, тобто концептами.

2) Елементи $w_{ij} \in [-1, 1]$ нечіткого відношення W характеризують напрям та ступінь інтенсивності (ваг) впливу між концептами K_i і K_j :

$$w_{ij} = (K_i, K_j), \quad (2)$$

де w_{ij} – нормований показник інтенсивності впливу.

3) Відношення між концептами нечіткої когнітивної карти цього типу представлені, як у моделі Коско, у вигляді ваг $w_{ij} \in [-1, 1]$, але вони

розглядаються як елементи нечіткої когнітивної матриці суміжності для графу нечіткої когнітивної карти [9]. Як відзначають автори, у такому разі проблема опрацювання від'ємних впливів вирішується за рахунок подвоєння потужності множини концептів і роздільного опрацювання позитивних та негативних впливів. Нечіткі значення вихідних концептів отримують із використанням характерних для нечіткої логіки операцій T- та S-норм над нечіткими значеннями вхідних концептів і ваг впливу. Як зазначається в роботі [9], саме ці когнітивні карти, на відміну від карт Коско, можуть розглядатися як дійсно нечіткі.

4) Концепти K_i і K_j вважаються зв'язаними відношенням W , якщо зміни значення концепту K_i (причини) приводять до зміни значення концепту K_j (наслідку). У такому разі вважається, що концепт K_i впливає на концепт K_j . Відповідно, якщо збільшення значення концепту-причини приводить до збільшення значення концепту-наслідку, то вплив вважається позитивним, якщо ж значення зменшується, то негативним.

У роботі встановлені базові фактори, причинно-наслідкові відносини між ними та відповідні змінні визначаються за результатами проведених інтерв'ю, експертного опитування, що стосуються досліджуваної ситуації. При цьому виділені фактори, які характеризують різні аспекти дослідження (табл. 1).

Для визначення причинно-наслідкових відносин під час прогнозування розвитку СЛО підприємства експертами встановлено ступінь кореляції між факторами та визначено характер цього зв'язку. Ступінь кожного зв'язку оцінюється експертами із застосуванням шкали оцінювання характеру (додатна чи від'ємна) й сили зв'язку між базовими факторами. Значення відповідних змінних задані у лінгвістичній шкалі [9]: кожному з них ставиться у відповідність число в інтервалі від 0 до -1 і від 0 до +1, що у загальному випадку відповідає кількісним значенням від'ємних і додатних змін у діапазоні від 0 до $\pm 100\%$ (табл. 2).

За результатами бальної оцінки побудована когнітивна матриця суміжності факторів, яка наведена в табл. 3.

Після аналізу причинно-наслідкового зв'язку та структуризації інформації побудовано нечітку когнітивну карту розроблення моделі СЛО (рис. 1).

У подальшому до побудованої карти застосовуються методи аналітичного оброблення, що орієнтовані на дослідження структури системи та отримання прогнозів їх поведінки за різних управлінських впливів (табл. 4). Із множини базових факторів визначено управлінські фактори, на які суб'єкт управління має можливість впливати найбільшою мірою (внутрішні фактори), що становлять систему управління якістю логістичного проєкту.

Під час встановлення підходів до оцінювання якості реалізації необхідно мати на увазі її подвійну природу. З одного боку, цим є вплив зовнішніх факторів, зокрема законодавчі акти,

нормативно-правові документи. З іншого боку, намагання отримати якісний результат реалізації проекту є одним із мотивів трудової діяльності. Так, на питання про те, як зміниться ситуація,

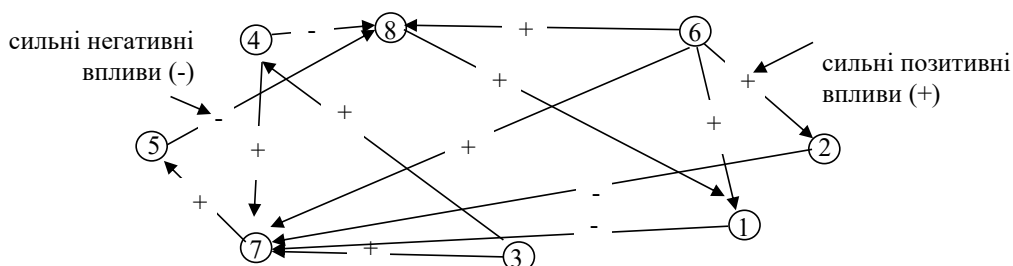


Рис. 1. Фрагмент нечіткої когнітивної карти розроблення моделі розвитку системи логістичного обслуговування підприємства

Таблиця 1

Базові фактори, які впливають на активізацію системи

Фактор	Значення	Одиниця виміру	Інтервал виміру
1. Вартість проекту, x_1	Низька, нормальна, висока	Бал	[0 – 1]
2. Час на розроблення проекту, x_2	Малий, середній, великий	Бал	[0 – 1]
3. Матеріально-технічна база, x_3	Погана, задовільна, гарна	Бал	[0 – 1]
4. Система управління якістю проекту, x_4	Низький, середній, високий	Бал	[0 – 1]
5. Кваліфікація персоналу, x_5	Низький, середній, високий	Бал	[0 – 1]
6. Відносини підприємства зі споживачами, x_6	Низький рівень, середній рівень, високий рівень	Бал	[0 – 1]
7. Система управління бізнес-процесами обслуговування, x_7	Погана дія, задовільна дія, гарна дія	Бал	[0 – 1]
8. Фактори ризику, x_8	Допустимі, гранично допустимі, недопустимі	Бал	[0 – 1]

Таблиця 2

Оцінка зв'язків між базовими факторами

Лінгвістичний опис	Числове значення
Не впливає	0
Дуже слабо посилює (послаблює)	0,1; 0,2 (-0,1; -0,2)
Слабо посилює (послаблює)	0,3; 0,4 (-0,3; -0,4)
Помірно посилює (послаблює)	0,5; 0,6 (-0,5; -0,6)
Сильно посилює (послаблює)	0,7; 0,8 (-0,7; -0,8)
Дуже сильно посилює (послаблює)	0,9; 1,0 (-0,9; -1,0)

Таблиця 3

Матриця суміжності графа

	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8
x_1	0	0	-0,5	0,6	0,3	1,0	-0,8	1,0
x_2	0	0	-0,5	0,5	-0,2	0,8	-0,9	-0,2
x_3	-0,5	-0,5	0	1,0	-0,3	-0,7	0,1	-0,7
x_4	0,6	0,5	1,0	0	0,5	1,0	1,0	-1,0
x_5	0,3	-0,2	-0,3	0,5	0	-0,4	0,9	-0,8
x_6	1,0	0,8	-0,7	1,0	-0,4	0	0,7	1,0
x_7	-0,8	-0,9	0,1	1,0	0,9	0,7	0	-0,7
x_8	1,0	-0,2	-0,7	-1,0	-0,8	1,0	-0,7	0

Фрагмент матриці оцінювання зв'язків між базовими факторами

Фактор-причина	Пояснення	Середня оцінка
<i>Фактор-наслідок «Система управління якістю проєкту» (x_4)</i>		
Вартість проєкту, x_1	Помірний вплив на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	+0,6
Час розроблення проєкту, x_2	Значний вплив на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту. Час розглядається як ключовий фактор компетентності у логістиці.	+0,7
Матеріально-технічна база проєкту, x_3	Має дуже сильний вплив на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	+1,0
Кваліфікація персоналу, x_5	Помірний вплив на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	+0,5
Відносини підприємства з бізнес-партнерами, x_6	Дуже великий вплив системи взаємовідносин на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	+1,0
Система управління бізнес-процесами обслуговування, x_6	Дуже великий вплив на ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	+1,0
Фактори ризику, x_8	Наявність постійних факторів ризику сильно знижує ефективність розроблення системи управління якістю проєкту.	-1,0

якщо реалізувати сценарій «Дії щодо підвищення якості» (на -10%), розрахунок показав такі результати: знижується вплив факторів ризику (-10%); на 10% підвищується ефективність взаємовідносин зі споживачами; на 10% підвищується ефективність системи. За умови виконання проєктів більшої складності необхідно підвищити кваліфікацію персоналу (5%) та оновити на 10% матеріально-технічну базу.

Подальший розгляд методів прогнозування взаємозв'язків у ході розвитку системи буде розглядатися з позицій вирішення двох взаємопов'язаних завдань [10], таких як:

- пряме завдання (визначення перспективи результатів побудови системи);
- зворотне завдання (вибір варіантів дій, що спрямовані на підвищення ефективності процесу активізації побудови системи).

Висновки з проведеного дослідження.

У статті побудова системи розглядається як інтегральний результат сукупних виробничих відносин учасників організаційно-економічної діяльності на регіональному рівні. За допомогою функціональних когнітивних карт, які відповідають виробничо-логістичним структурам, можуть бути отримані альтернативні сценарії проєктів побудови системи, які охоплюють встановлення напрямів та специфіку побудови системи; синхронізацію та актуалізацію даних, необхідних для підтримки виробничих потреб у номенклатурних групах ресурсів; встановлення особливостей постачальницьких, виробничих та розподільних структур тощо.

Наукова новизна полягає в побудові нечіткої когнітивної карти розвитку системи логістичного обслуговування підприємства.

Використання нечітких когнітивних карт, моделювання на їх основі сценаріїв дають змогу прогнозувати можливість виникнення проблем в системі логістичного обслуговування, а також

моделювання ймовірності розвитку та життя комплексних заходів з попередження негативного впливу на СЛО. Визначення причинно-наслідкових зв'язків приводить до покращення показників діяльності підприємства, а саме до скорочення витрат, підвищення якості послуг. Подальшого наукового дослідження потребують питання прийняття стратегічних рішень за результатами побудови когнітивних карт щодо зниження витрат на логістичне обслуговування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Черняховская Л.Р., Герасимова И.Б., Салаватова А.Р., Мухамедрахимова Л.Н. Оценка влияния социально-психологических факторов на качество подготовки студента с применением нечетких когнитивных карт. *Вестник УГАТУ*. 2014. Т. 18. № 4 (65). С. 134–141.
2. Groumpos P. A critical overview of decision support systems (DSS): theories, approaches and challenges. Proc. 15th Workshop on Computer Science and Information Technologies CSIT'2013. Vienna-Budapest-Bratislava. P. 15–21.
3. Keen P., Morton M. Decision Support Systems: an organizational perspective. Addison-Wesley, 1978. 246 p.
4. Kosko B. Fuzzy cognitive maps. *Int. Journal of Man-Machine Studies*. 1986. Vol. 24. P. 65–75.
5. Лагерева Д.Г. Автоматизация разработки управленческих решений в социально-экономических системах на основе применения нечетких когнитивных моделей. *Современные наукоемкие технологии*. 2007. № 11. С. 93–94.
6. Лейбин В.М. О перспективных направлениях развития и глобалистики. *Системные исследования. Методологические проблемы* : ежегодник / под ред. Д.М. Гвишиани. Москва : Эдиториал. УРСС. 1998. Ч. 2. С. 154–162.
7. Рябязина В.А., Смирнова М.М., Куц С.П. Портфельный и эволюционный подходы к построению взаимоотношений российских компаний с парт-

нерами. *Российский журнал менеджмента*. 2013. Т. 11. № 3. С. 31–52.

8. Силов В.Б. Принятие стратегических решений в нечеткой обстановке : монография. Москва : ИНПРО-РЕС, 1995. 228 с.

9. Строкова Л.А. Использование нечетких когнитивных карт при разработке расчетных моделей оснований. *Известия Томского политехнического университета*. 2009. Т. 314. № 5. С. 95–100.

10. Willyard Ch.Ch. McClees. Motorola's Technology Roadmapping Process. *Research Technology Management Magazine*. 1987. Sept./Oct. P. 13–19.

REFERENCES:

1. Chernyahovskaya L.R., Gerasimova I.B., Salavtova A.R., Muhamedrahimova L.N. (2014) Otsenka vliyaniya sotsialno-psihologicheskikh faktorov na kachestvo podgotovki studenta s primeneniem nechetkikh kognitivnykh kart [Assessment of the influence of socio-psychological factors on the quality of student training using fuzzy cognitive maps]. *Vestnik UGATU*. Vol. 18. No. 4 (65). P. 134–141.

2. Groumpos P.A (2013) Critical overview of decision support systems (DSS): theories, approaches and challenges. *Proc. 15th Workshop on Computer Science and Information Technologies CSIT. Vienna-Budapest-Bratislava*. P. 15–21.

3. Keen P., Morton M. (1978) *Decision Support Systems: an organizational perspective*. Addison-Wesley. 246 p.

4. Kosko B. (1986) Fuzzy cognitive maps. *Int. Journal of Man-Machine Studies*. Vol. 24. P. 65–75.

5. Lagerev D.G. (2007) Avtomatizatsiya razrabotki upravlencheskikh resheniy v sotsialno-ekonomicheskikh sistemah na osnove primeneniya nechetkikh kognitivnykh modeley [Automation of the development of managerial decisions in socio-economic systems based on the use of fuzzy cognitive models]. *Sovremennyye naukoemkie tehnologii*. No. 11. P. 93–94.

6. Leybin V.M. (1998) O perspektivnykh napravleniyah razvitiya i globalistiki. *Sistemnyye issledovaniya* [On promising areas of development and global studies. System research]. *Metodologicheskie problemy : Ezhegodnik* [Yearbook] / pod red. D.M. Gvishiani. Moscow : Editorial. URSS. Part 2. P. 154–162.

7. Ryabyazina V.A., Smirnova M.M., Kusch S.P. (2013) Portfelnyy i evolyutsionnyy podhody k postroeniyu vzaimootnosheniy rossiyskikh kompaniy s partnerami [Portfolio and evolutionary approaches to building relationships between Russian companies and partners]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*. Vol. 11. No. 3. P. 31–52.

8. Silov V.B. (1995) Prinyatie strategicheskikh resheniy v nechetkoy obstanovke : monografiya [Making strategic decisions in a fuzzy environment : a monograph]. Moscow : INPRO-RES. 228 p.

9. Stroкова L.A. (2009) Ispolzovanie nechetkikh kognitivnykh kart pri razrabotke raschetnykh modeley osnovaniy [The use of fuzzy cognitive maps in the development of computational models of bases]. *Izvestiya Tomskogo politehnicheskogo universiteta*. 2009. Vol. 314. No. 5. P. 95–100.

10. Willyard Ch.Ch. McClees. (1987) Motorola's Technology Roadmapping Process. *Research Technology Management Magazine*. Sept./Oct. P. 13–19.

ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ВІНАГОРОДИ ТА ПОКАРАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

BALANCE OF REWARDS AND PUNISHMENTS IN THE ENTERPRISE OF MANAGEMENT MOTIVATION SYSTEM

УДК 658.3.007:331.108.43

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-19>

Баценко Л.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний
університет

Галенін Р.В.

к.е.н., старший викладач кафедри
економіки та бізнес адміністрування
Сумський державний університет

Стеценко Я.Е.

студент
Сумський національний аграрний
університет

Batsenko Liudmyla

Sumy National Agrarian University

Halenin Roman

Sumy National Agrarian University

Stetsenko Yaroslav

Sumy National Agrarian University

Метою статті є формування теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи мотивації персоналу шляхом збалансування винагороди та покарання з використанням системи збалансованих показників (КРІ). У статті запропоновано схему, інноваційність якої полягає у стимулюванні працівників шляхом створення диференційованої системи винагороди та покарання з використанням універсальної системи збалансованих показників, яка дасть змогу врахувати як інтереси працівників, так і інтереси власників підприємства. При цьому для формування зв'язку між особистою системою мотивації працівника та корпоративною системою оцінок рекомендовано індивідуальний контракт між підприємством і працівником, в якому має бути чітко викладені положення про взаємозв'язок особистої системи мотивації з корпоративною системою оцінок, та диференційовану шкалу винагороди або стягнення (покарання) відповідно від результатів роботи працівника.

Ключові слова: система управління мотивацією, винагорода, покарання, збалансовані показники (КРІ), індивідуальний контракт.

Целью статьи является формирование теоретических положений и практиче-

ских рекомендаций по совершенствованию системы мотивации персонала путем сбалансирования вознаграждения и наказания с использованием системы сбалансированных показателей (key performance indicator). В статье предложена схема, инновационность которой заключается в стимулировании работников путем создания дифференцированной системы вознаграждения и наказания с использованием универсальной системы сбалансированных показателей. При этом для формирования связи между личной системой мотивации работника и корпоративной системой оценок рекомендуется индивидуальный контракт между предприятием и работником, в котором должно быть четко изложены положения о взаимосвязи личной системы мотивации с корпоративной системой оценок, и дифференцированную шкалу вознаграждения или взыскания (наказания) соответственно от результатов работы сотрудника.

Ключевые слова: система управления мотивацией, вознаграждение, наказание, сбалансированные показатели (КРІ), индивидуальный контракт.

The purpose of the article is to formulate theoretical provisions and practical recommendations for improving the personnel motivation system by balancing reward and punishment using the Key Performance Indicators. Yes, a positive external motive (remuneration) that will encourage an employee to better fulfill his or her job at the enterprise is a premium for high labor rates, exemplary performance by an employee of his / her duties, for night work and other criteria for work. A positive intrinsic motive (reward) is a passion for work, content and the ability to be creative when performing it. Negative external motive is punishment for not performing the work (or performed poorly, improperly); the negative, internal motive is the routine, monotonous work that a person tries to get rid of. It was also stated that without discipline, or at least without the possibility of their application, it is simply impossible to ensure labor discipline. Negative motivation is most needed where clear procedures and rules are in place, where control over compliance with these rules is required, and where the profitability of enterprises depends directly on discipline. The article proposes a scheme whose innovation is to encourage employees by creating a differentiated remuneration system and punishment using a universal system of Key Performance Indicators. The KPI-based variable remuneration system encourages the employee to achieve high individual results, as well as to increase his or her contribution to collective results and achievement. It is believed that this approach enhances people's loyalty to the enterprise, as well as enhances their sense of satisfaction and, as a result, motivation to work will have a positive impact. Recommended an individual contract between the company and the employee, which should clearly state the relationship between the personal motivation system and the corporate rating system, and a differentiated scale of reward or punishment according to the results of the employee's work in forming a connection between personal motivation system employee and corporate rating system.

Key words: management motivation system, reward, punishment, Key Performance Indicators, individual contract.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин в Україні передбачає формування нових підходів до управління персоналом, оскільки більшість українських підприємств через брак висококваліфікованого персоналу і недостатньо гнучку та застарілу концепцію кадрової політики не встигає реагувати на швидкі зміни ситуації на ринку, нові вимоги до мобільної переорієнтації власного кадрового потенціалу, впровадження сучасних технологій кадрової роботи.

Управління персоналом є одним із чинників забезпечення економічної стабільності та підвищення конкурентоспроможності підприємства, а тому потребує посиленої уваги й залишається актуальним для всіх господарських формувань. Одним зі способів ефективного управління

кадрами є збалансування винагороди та покарання, що є особливо актуальним для сучасних умов українських підприємств і являє собою можливість не тільки поліпшення фінансово-економічних показників підприємства, а й налагодження здорового корпоративного клімату підприємства. Виходячи із цього, особливої актуальності набуває розроблення моделі ефективного збалансування винагороди та покарання персоналу підприємств для більш результативної роботи в довгостроковій перспективі, що створить нові умови розвитку і підвищить конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні аспекти мотивації персоналу досліджували такі зарубіжні і вітчизняні вчені: А. Семенченко, О. Соловйова, О. Мельник,

О. Виханський, В. Дятлов, А. Наумов, О. Посилкіна, В. Євтушенко, О. Єгорова та ін. Однак через багатогранність цієї проблеми й сьогодні є питання, які висвітлено не повною мірою і потребують доопрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є формування теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління мотивацією персоналу шляхом збалансування винагороди та покарання з використанням системи збалансованих показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система мотивації персоналу – один із найбільш дієвих інструментів управління, що дають змогу впливати на ефективність діяльності співробітників і підприємства у цілому. Налагоджена відповідно до стратегічних і тактичних орієнтирів система мотивації дасть змогу менеджерам формувати необхідну поведінку робітників, підвищити продуктивність, зацікавленість і лояльність персоналу.

Питання мотивації і стимулювання персоналу завжди були й залишаються найбільш актуальними, оскільки від систем стимулювання і мотивації, що функціонують в окремому підприємстві, залежить не тільки соціальна та творча активність співробітників, а й результати діяльності всього підприємства. Знаючи те, що рухає людиною, що спонукає її до діяльності й які мотиви лежать в основі її дій, можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління персоналом. Сьогодні мотивація як психічне явище трактується по-різному. З одного боку – як сукупність чинників, що підтримують та спрямовують (визначають поведінку), з другого – як сукупність мотивів, із третього – як спонукання, яке викликає активність людини і визначає її спрямованість.

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій Міністерства праці та соціальної політики України від 29.01.2003, «винагорода – це будь-яка одноразова, періодична або щомісячна матеріальна (грошова чи натуральна) виплата працюючому на підприємстві, відповідно до показників та умов цієї виплати, визначених підприємством» [1].

Розрізняють внутрішню і зовнішню винагороди. Внутрішню винагороду людина одержує від самої роботи. Це задоволення від спілкування з колегами, почуття досягнення результату, задоволення від корисності зробленого продукту. Внутрішня винагорода забезпечується шляхом створення гарних умов праці і точною постановкою завдань [2].

Зовнішню винагороду дає підприємство. Вона може виступати як у вигляді матеріальної винагороди, так і моральної. Матеріальна – зарплата, додаткові виплати, премії, оплата визначених

витрат. Моральна – присвоєння звання «найкращий працівник», похвала, оцінка в наказі тощо. Винагорода також може бути індивідуальною або груповою, позитивною чи негативною [2].

Так, позитивними зовнішніми мотивами (винагородою), що спонукатиме працівника ще краще виконувати завдання на підприємстві, є премія за високі трудові показники, зразкове виконання працівником своїх обов'язків, за роботу в нічний час та інші критерії праці. Позитивним внутрішнім мотивом (винагородою) є захопленість роботою, змістовність та можливість творчого підходу під час її виконання; негативним зовнішнім мотивом є покарання за невиконану роботу (чи виконану неякісно, неналежним чином); негативним внутрішнім мотивом є рутинна, одноманітна робота, якої людина намагається позбутися. Матеріальні винагороди зокрема включають [3]:

- ставку заробітної плати;- додаткові виплати;- участь в акціонерному капіталі;- участь у прибутках.

Додаткові стимули:- плата за навчання;- гарантія на одержання кредиту на придбання великої купівлі (квартира);- медичне обслуговування;- страхування;- відпочинок за містом.

Політика винагороди за працю повинна організовуватися так, щоб свідомо ініціатива працівника була спрямована на підвищення продуктивності праці, удосконалення своєї кваліфікації, надавала працівнику можливість збільшувати працюю свій дохід.

Основними нематеріальними засобами підтримання високої трудової активності є створення сприятливих умов праці, нормального психологічного клімату, переконання, сила прикладу, моральні заохочення. До моральних відносяться такі заохочення, які не пов'язані з виплатою грошей, наданням послуг, продукції, подарунків. Як засвідчує практика, основними видами морального заохочення є [4]:

- оголошення подяки або нагородження Почесною грамотою;

- занесення прізвища працівника до Книги пошани;

- розміщення фотографії працівника на Дошку пошани;

- присвоєння почесних звань;

- похвала;

- можливість роботи у групах, близьких за інтересами чи соціальними потребами.

Локальні акти підприємств можуть передбачати, наприклад, такі моральні заохочення, як присвоєння почесного звання «Відмінник якості» з врученням власного тавра і переведенням на самоконтроль, присвоєння почесного звання «Кращий за професією», «Майстер – золоті руки», вручення листів подяки сім'ям працівників – відмінників якості праці, присвоєння звання «Кращий цех за якістю» [5].

Винагорода вільним часом мотивує співробітників не витрачати робочий час даремно і дає змогу працівнику більше часу присвячувати собі та родині, якщо він буде виконувати роботу раніш відведеного терміну. Такий метод застосовують для людей із вільним графіком роботи. В іншому разі у керівництва з'являється спокуса збільшити обсяг роботи. Взаєморозуміння і прояв інтересу до працівника як способ моральної винагороди має найбільше значення для ефективних співробітників-професіоналів. Для них внутрішня винагорода має велике значення. Такий підхід вимагає від менеджерів гарного неформального контакту зі своїми підлеглими, а також знання того, що їх хвилює й цікавить. Такий спосіб винагороди, як просування по службових сходинках та особистий ріст, вимагає значних фінансових витрат вищого керівництва, проте є суттєвою мотивацією для поліпшення результатів праці.

Без покарань або принаймні без можливості їх застосування забезпечити трудову дисципліну просто неможливо. Негативна мотивація передусім необхідна там, де встановлено чіткі процедури і правила, де потрібен контроль над дотриманням цих правил, там, де прибутковість підприємств напряму залежить від дотримання дисципліни. Саме тому доцільно включити заходи негативної мотивації до арсеналу методів впливу на якість роботи працівників. Метою покарання є заохочення та застосування «належної» поведінки, визначеної групою, підприємством чи суспільством, шляхом використання негативних наслідків. Покарання застосовується для зменшення небажаної поведінки шляхом застосування негативного наслідку (позитивне покарання) або через усунення чогось, чим користується людина (негативне покарання). Покарання може використовуватися в бізнес-контексті, щоб запобігти працівникам робити щось, що підприємство або керівник вважає небажаним або неправильним. Мета покарання – запобігти виникненню в майбутньому певної соціально неприйнятної чи небажаної поведінки у працівників. У контексті управління персоналом інструменти покарання можуть включати зменшення заробітної плати шляхом зниження заробітних плат та бонусів, інші санкції [6].

У бізнес-організаціях теорія покарань та стримування відіграє життєво важливу роль у формуванні культури, що відповідає операційним очікуванням, та у запобіганні конфліктам. Якщо працівники чітко знають, що вони не повинні робити, вони, як правило, намагаються уникати цього. Профілактика – набагато дешевший і простіший підхід, аніж очікування того, що трапиться щось погане, тому превентивна освіта щодо правил і покарань за порушення правил є звичайною практикою.

Якою має бути оптимальна комбінація матеріальної зацікавленості і покарання? Але все-таки

який спосіб платити «їм» є найкращим та найсправедливішим? Особливо гостро це питання стоїть у сучасних підприємствах, де фахівці виконують основну частину своєї роботи в командах. Зазначимо, що зорієнтованість виключно на грошову винагороду змушує підприємство вести виснажливу та безнадійну боротьбу за збалансування індивідуальних і командних результатів.

Винагородження найкращих служить зміцненню відповідальності та стимулює прагнення досконалості, але при цьому може руйнувати співпрацю та взаємовідносини в команді. І навпаки, базування оплати на командних результатах, щоб стимулювати співпрацю, має «побічний ефект» у вигляді толерантності до низької індивідуальної продуктивності окремих працівників, що фактично означає покарання тих, хто послідовно демонструє відмінні результати. Жоден із цих підходів не сприяє успіху підприємства. І HR-спеціалісти, і консультанти докладають величезних зусиль, прагнучи розв'язати цей парадокс.

Проте автор книги «Основи кадрового менеджменту» В.А. Дятлов, економіст за фахом, переконаний, що знайти оптимальне рішення, ґрунтуючись лише на математичних формулах, неможливо. Для цього потрібно задіяти глибинний рушій людської мотивації, яким є подолання страху перед тим, що ми марнуємо своє життя і що воно може завершитися в мить, коли наше головне покликання залишиться нереалізованим. Як зазначається у цій книзі, матеріальні стимули та пільги формують десь 15% мотивації; в основі інших 85% – прагнення належності до чогось значущого, відчуття, що, проживаючи день за днем, ми реалізуємо себе та залишаємо у світі якийсь «слід». Тому, як вважає автор, конфлікт, що стосується винагороди, можуть вирішити лише лідери, здатні підпорядкувати повсякденну діяльність пошукам сенсу. Ми погоджуємося з думкою автора [7].

Винагорода мотивує працівників дотримуватися певного рівня очікувань. Рутинне використання її допомагає створити позитивну робочу обстановку та підтримувати високий моральний дух працівників. Це також мотивує працівників оптимізувати результати роботи, виходячи з віри, що зусилля, які вкладаються в роботу, призводять до позитивних результатів для компанії та працівника.

Таким чином, можна стверджувати, що засоби позитивної мотивації шляхом надання працівникам винагороди є більш розповсюдженими та більш ефективними в процесі стимулювання працівників до більш якісного виконання своїх трудових обов'язків.

Надмірне використання винагороди може призвести до того, що в деяких випадках працівники неефективні. Наприклад, менеджер, який сильно винагороджує продавця за те, що ледве досягнув

квоти в 10 000 доларів США за даний місяць, може створити у працівника психологічне переконання, що це його найвищий рівень очікувань. У командному середовищі першочерговою проблемою є врівноваження винагород за індивідуальні показники та досягнення команди.

Водночас покарання має своє місце і в хорошому управлінні. Скорочення годин працівника, що працює на неповний робочий день, догана працівника усно або через офіційну документацію, зменшення кваліфікації та припинення роботи – усе це приклади негативних наслідків, які використовуються для сприяння хорошій роботі.

Побоювання щодо покарання часто стосуються надзвичайного використання. Надмірне використання призводить до низького рівня морального клімату робочого місця, що характеризується тривогою та страхом. Деякі менеджери зловживають загрозами як способом змусити співробітників виконувати завдання на високому рівні. Це зазвичай призводить до короткострокового ефекту та рідко сприяє сильному довгостроковому успіху. Зауважимо, що публічна критика або покарання працівника принижуює і демотивує, а також це негативно впливає і на його колег. Демотивація та приниження також можуть призвести до судових розслідувань щодо дискримінації працівників [8].

Чітке повідомлення очікувань та негативних наслідків неправильних рішень та поведінки наперед є невід'ємною частиною ефективного стилю управління. Наприклад, посібники щодо політики підприємства та кодекси поведінки, як правило, визначають стандарти прийнятної поведінки та процесів дисципліни, якщо вони не дотримуються. Покарання у поєднанні з винагородою за позитивну поведінку створює позитивний баланс.

Нами запропоновано схему, інноваційність якої полягає у стимулюванні працівників шляхом створення диференційованої системи винагороди та покарання з використанням універсальної системи збалансованих показників. Під системою збалансованих показників ми маємо на увазі систему KPI. Ключові показники ефективності дають змогу оцінити ефективність виконуваних дій персоналом. За допомогою системи KPI можна контролювати, оцінювати ефективність виконуваних дій, а також побудувати ефективну систему оплати праці. Мотивація персоналу на базі KPI орієнтована на досягнення довгострокових і короткострокових цілей підприємства, «мотивуючої на виконання посадових обов'язків» самого працівника. А оклад – це фіксована щомісячна зароблена плата.

Система формування змінної частини грошової винагороди на базі KPI стимулює співробітника до досягнення високих індивідуальних результатів, а також до збільшення його внеску в колективні результати і досягнення. Уважається, що такий підхід посилює лояльність людей до підприємства,

а також посилює відчуття їх задоволеності і, як наслідок, мотивації до роботи, тобто матиме позитивний вплив (рис. 1).

Таким чином, відбудеться формування зв'язку між особистою системою мотивації працівника та корпоративною системою оцінок, як наслідок, такий підхід збільшить результативність як самого працівника, так і підприємства у цілому.

Варто акцентувати увагу на тому, що для отримання вищезазначеного рекомендовано індивідуальний контракт між підприємством і працівником, в якому має бути чітко викладені положення про взаємозв'язок особистої системи мотивації з корпоративною системою оцінок та диференціювану шкалу винагороди або стягнення (покарання) відповідно від результатів роботи працівника. Наприклад, слід позитивно мотивувати працівника шляхом надання йому премії або надбавки або додаткового вихідного за понаднормову роботу, за виконання чи перевиконання заданого обсягу робіт і відповідно використовувати елементи негативної мотивації, наприклад: позбавити премії або оштрафувати працівника за постійні затримання на роботу чи невиконання заданого обсягу робіт.

Висновки з проведеного дослідження. Менеджери мають кілька інструментів для використання, які дають змогу керувати мотивацією. До них відносяться позитивні та негативні винагороди і позитивні й негативні покарання.

Згідно з ієрархією Маслоу, співробітники мотивуються лінійно (моніторинг базових потреб призведе до більш високих потреб). Як результат, керівник повинен визначити, на якому рівні є ієрархія працівника, перш ніж застосовувати винагороду або покарання. Якщо працівник більше стурбований зарплатою та створенням достатнього капіталу, щоб комфортно жити, менеджер може позитивно підкріпити певну поведінку за допомогою бонусної виплати чи підвищення. Якщо працівник домагається поваги, менеджери можуть застосовувати акції або нагороди за досягнення співробітників.

Так само покарання можуть бути ефективними та підкреслювати (посилювати) мотиваційні успіхи й невдачі. Використовуючи теорію власного капіталу, менеджери можуть розглядати дії працівників у контексті бажаних результатів. Наприклад, якщо працівник часто запізнюється і пропускає важливі зустрічі, що призводить до втрати доходу для підприємства, теорія власного капіталу дозволяє, щоб цього працівника карали нижчою оплатою. У цій ситуації теорія власного капіталу дає змогу керівництву мотивуватися через покарання працівників, які не створюють необхідних доходів для виплати зарплати.

Запропоновано універсальну схему процесу формування системи винагороди та покарання персоналу з використанням збалансованих показників для підприємств будь-якої форми власності

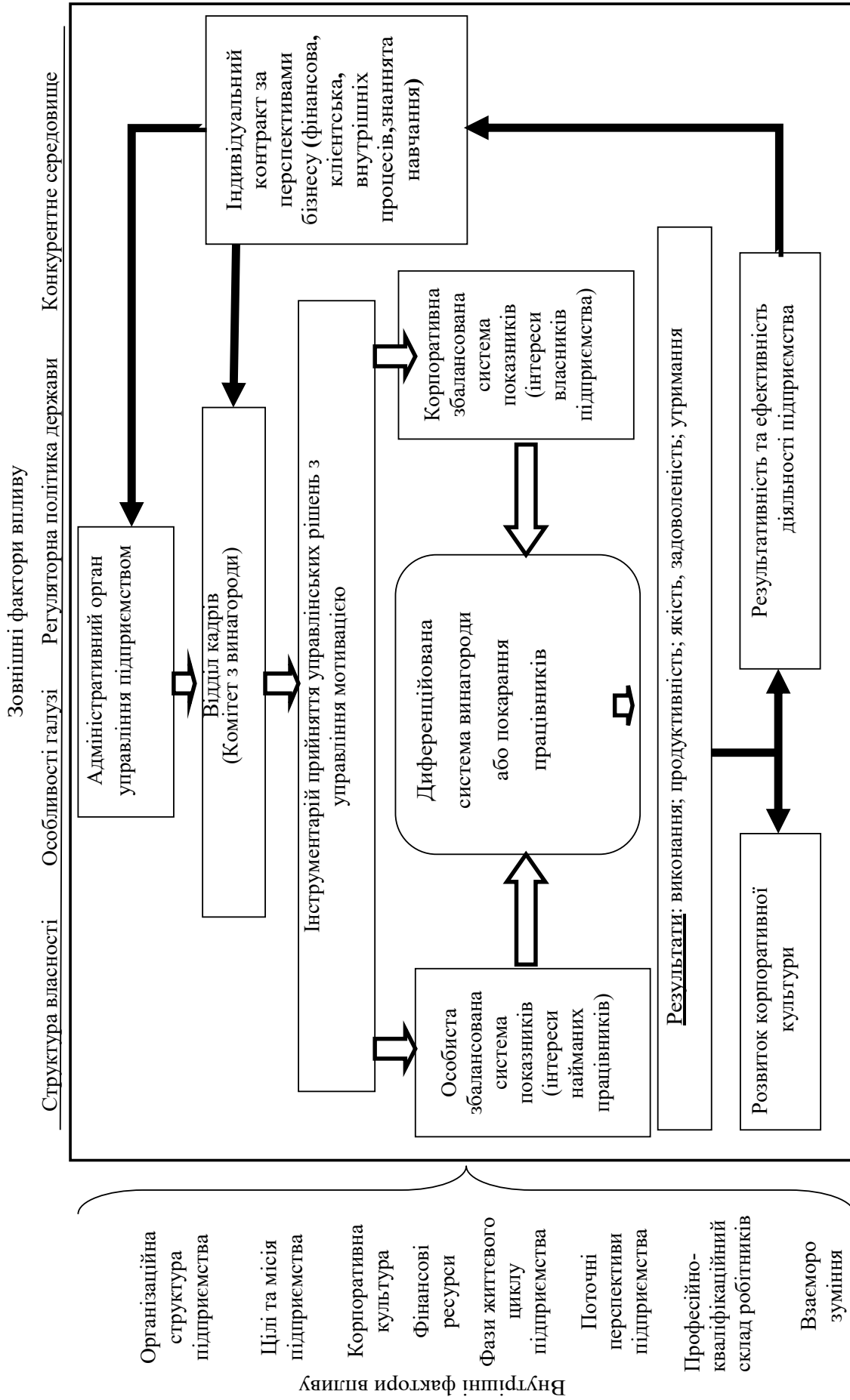


Рис. 1. Процес формування системи мотивації персоналу шляхом збалансування винагороди та покарання з використанням системи збалансованих показників

з обов'язковим викладенням її (системи) в індивідуальних контрактах між підприємством та працівником та диференційовану шкалу винагороди (стягнення) відповідно за виконання, перевиконання та невиконання планових значень ключових показників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методичні рекомендації щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій / Міністерство праці та соціальної політики України. 2003. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0023203-03> (дата звернення: 19.10.2019).
2. Семенченко А.В. Регулювання доходів населення в контексті соціальної стратифікації суспільства. ХНЕУ. 2017. URL : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Semenchenko-A.V.-Disertaciya-Vchenna-rada-D-64.055.02-2017.pdf> (дата звернення: 10.11.2019).
3. Сила трансцендентного лідерства. 2019. URL : <http://www.management.com.ua/review/rev1044.html> (дата звернення: 20.10.2019).
4. Sharot T. Що більше мотивує працівників: винагороди чи покарання? *Harvard business review* : вебсайт. 2017. URL : <https://hbr.org/2017/09/what-motivates-employees-more-rewards-or-punishments> (дата звернення: 19.10.2019).
5. Соловйова О.Є. Формування диференційованої системи винагороди. ХНУМГ. 2018. URL : http://eprints.kname.edu.ua/21887/1/57_aref_Solovyova.pdf (дата звернення: 29.11.2019).
6. Мельник О.Ю., Саркісян Л.Г. Удосконалення системи управління персоналом підприємства. 2018. URL : https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjw-Pnj98vIAhVltIsKHU_VCOIQFJA AegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fjvestnik-sss.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F4858%2F4888&usg=AOvVaw0SPjSYPM2XLyaSCYuF3cDf (дата звернення: 29.11.2019).
7. Дятлов В.А. Основи кадрового менеджменту. Київ, 2016. 365 с.
8. Посилкіна О.В., Євтушенко В.А., Єгорова О.Ю. Економіка праці. Київ, 2014. 480 с.

REFERENCES:

1. Ministerstvo praci ta socialjnoji polityky Ukrainy (2003) Metodychni rekomendacii shhodo orghanizacii materialnogho stymuljuvannja praci pracivnykiv pidpryjemstv i orghanizacij [Guidelines for the organization of material incentives for employees of enterprises and organizations]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0023203-03> (accessed 19 October 2019)
2. Semenchenko A. V. (2017) Reghuljuvannja dokhodiv naselennja v konteksti socialjnoji stratyfikacii suspiljstva [Regulation of population income in the context of social stratification of society]. Available at: <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Semenchenko-A.V.-Disertaciya-Vchenna-rada-D-64.055.02-2017.pdf>. (accessed 10 November 2019)
3. Sylja transcendentnogho liderstva [The power of transcendental leadership]. Available at: <http://www.management.com.ua/review/rev1044.html>. (accessed 20 October 2019)
4. Sharot T. (2017) Shho biljshe motyvuje pracivnykiv: vynaghorody chy pokarannja? [What motivates employees more: rewards or punishments?]. Available at: <https://hbr.org/2017/09/what-motivates-employees-more-rewards-or-punishments>. (accessed 19 October 2019)
5. Solovjova O. Je. (2018) Formuvannja dyferencijovanoji systemy vynaghorody [Formation of a differentiated reward system]. Available at: http://eprints.kname.edu.ua/21887/1/57_aref_Solovyova.pdf. (accessed 29 November 2019)
6. Meljnyk O. Ju. Sarkisjan L.Gh. (2018) Udoskonalennja systemy upravlinnja personalom pidpryjemstva [Improvement of enterprise personnel management system]. Available at: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjw-Pnj98vIAhVltIsKHU_VCOIQFJA AegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fjvestnik-sss.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F4858%2F4888&usg=AOvVaw0SPjSYPM2XLyaSCYuF3cDf. (accessed 29 November 2019)
7. Djatlov V. A. (2016) *Osnovy kadrovogho menedzhmentu* [Fundamentals of personnel management]. Kyiv. (in Ukrainian)
8. Posylkina O. V., Jevtushenko V.A., Jeghorova O.Ju. (2014) *Ekonomika praci* [Labor economics]. Kyiv. (in Ukrainian)

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА DEFINITION OF STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF A BUILDING ENTERPRISE

У статті розглянуто сучасний стан та основні тенденції розвитку будівельного виробництва. Проаналізовано, що в сучасних умовах господарювання в будівельній галузі мають місце глобальні системні виклики, які спровоковані різким погіршенням макроекономічної ситуації. Доведено, що попит на об'єкти будівництва знаходиться в прямій залежності від темпів розвитку економіки країни, динаміки фінансової забезпеченості населення, доступних умов іпотечного кредитування. Додатковим чинником розвитку будівництва виступає також реалізація державних житлових програм (розселення власників аварійного житла, переселенців з окупованих територій; виділення житла і земельних ділянок багатодітним сім'ям, учасникам АТО і т. п.). Для вибору оптимальної стратегії (оптимальної кількості об'єктів будівництва, яке гарантує максимальний середній рівень доходу за будь-якого стану попиту) будівельного підприємства нами розроблено модель, яка сприятиме підвищенню ефективності функціонування будівельної організації в умовах невизначеності попиту на їхню продукцію.

Ключові слова: стратегія розвитку, будівельне виробництво, аналіз діяльності, будівельне підприємство.

В статье рассмотрены состояние строительного производства в современных

условиях и основные тенденции его развития. Проанализировано, что в современных условиях хозяйствования в строительной отрасли имеют место глобальные системные вызовы, которые спровоцированы резким ухудшением макроэкономической ситуации. Доказано, что спрос на объекты строительства находится в прямой зависимости от темпов развития экономики страны, динамики финансовой обеспеченности населения, доступных условий ипотечного кредитования. Дополнительным фактором развития строительства выступает также реализация государственных жилищных программ (расселение владельцев аварийного жилья, переселенцев из оккупированных территорий, выделение жилья и земельных участков многодетным семьям, участникам АТО и т. п.). Для выбора оптимальной стратегии (оптимального количества объектов строительства, которое гарантирует максимальный средний уровень дохода при любом состоянии спроса) строительного предприятия нами разработана модель, которая будет способствовать повышению эффективности функционирования строительной организации в условиях неопределенности спроса на их продукцию.

Ключевые слова: стратегия развития, строительное производство, анализ деятельности, строительное предприятие.

УДК 657

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-20>

Богінська Л.О.

к.е.н., старший викладач кафедри будівельного виробництва Сумський національний аграрний університет

Boginska Lyudmila

Sumy National Agrarian University

The article deals with the current state and main tendencies of development of construction production. The importance of this industry for the economy of any country can be explained as follows: capital construction creates a large number of jobs and uses the products of many sectors of the economy. It is analyzed that in the present conditions of managing in the construction industry there are global systemic challenges, which are provoked by sharp deterioration of the macroeconomic situation. Demand for construction is directly dependent on the pace of development of the country's economy, the dynamics of financial security of the population, the available terms of mortgage lending. An additional factor in the development of construction is also the implementation of state housing programs (resettlement of owners of emergency housing, displaced persons from the occupied territories; the allocation of housing and land to large families, participants in the ATO, etc.). In the field of construction, first of all, there are serious problems: due to the lack of regulation and shortage of land for housing, the access of developers to certain local construction markets is restricted; the share of industrial housebuilding is insufficient; a large amount of unfinished construction has been accumulated; there is an underdevelopment of the civilized rental housing market and the like. The development strategy should cover the areas of housing, industrial and infrastructure construction, the market for building materials and construction equipment, and provide for the introduction of innovations. The main task of the construction industry of Ukraine in the path of development is to attract investment, since the main reason why construction is temporarily halted or suspended is the absence of financing. The development of the construction industry inevitably causes economic growth in the country and the solution of many social problems. In order to choose the optimal strategy (the optimal number of construction objects that guarantees the maximum average level of income in any state of demand), we have developed a mathematical model that will improve the efficiency of the construction organization in conditions of uncertain demand for their products.

Key words: development strategy, construction production, activity analysis, construction enterprise.

Постановка проблеми. Стратегія розвитку базується на стабільно успішному стані (ефективності) функціонування суб'єкта господарювання. В умовах ринкової економіки ефективність виробничої, інвестиційної і фінансової діяльності виражається у фінансових результатах. Найголовнішим показником ефективності роботи організації є результативність. Дефініція «результативність» формується з кількох фундаментальних складників фінансово-господарської діяльності організації.

У цілому в поняття «фінансовий результат» вкладається конкретний економічний зміст: перевищення (зниження) вартості виробленої продукції над затратами на її виробництво; перевищення вартості реалізованої продукції над повними

витратами, перевищення чистої (нерозподіленого) прибутку над понесеними збитками, що в кінцевому підсумку є фінансово-економічною базою збільшення власного капіталу організації. В умовах ринкової економіки управління фінансовими результатами займає чільне місце в діловому житті функціонуючого суб'єкта.

Фінансові результати – це заслуга організації. Прибуток при цьому є результатом успішної роботи або зовнішніх об'єктивних і суб'єктивних чинників, а збиток – результатом неефективної роботи або зовнішніх негативних факторів.

Фінансовий результат діяльності дає змогу оцінити стан суб'єкта господарювання і визначити необхідні дії щодо його стабілізації та подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання розвитку та проблеми ефективності діяльності будівельної галузі в Україні досліджували такі науковці, як А.М. Тугай, К.І. Бобков, В.В. Бузирьова, А.Ф. Гойко, Г.А. Римар, А.В. Грінченко, С.В. Дзюбенко, І.В. Молчанов, І.С. Степанова, Л.М. Чистов, А.М. Новак та ін. У своїх наукових роботах вони розкривають різноманітні економічні аспекти функціонування будівельної галузі України та доводять, що зниження виробничо-господарського потенціалу будівельних підприємств негативно впливає на макроекономічні процеси (знижується обсяг промислової і будівельної продукції, імпорт та експорт товарів, зростає заборгованість із заробітної плати, кількість зареєстрованих безробітних та ін.), спостерігається нестабільне соціально-економічне становище тощо.

Але, незважаючи на те що сьогодні є значна кількість наукових напрацювань із теми дослідження, актуальні проблеми визначення ефективності діяльності та побудови стратегії розвитку будівництва висвітлено недостатньо.

Постановка завдання. Мета статті – аналіз діючої системи формування фінансових результатів будівельної сфери України і розроблення практичних рекомендацій щодо оптимізації кінцевих фінансових результатів діяльності

будівельних підприємств, що сприятиме їх подальшому розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасних економічних умовах діяльність кожного господарюючого суб'єкта є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, зацікавлених у результатах його функціонування.

Щоб забезпечити виживання підприємства в ринкових умовах, управлінському персоналу необхідно передусім уміти реально оцінювати фінансовий результат як найважливіший показник господарської діяльності (табл. 1). Він визначає конкурентоспроможність, потенціал у діловому співробітництві, оцінює, якою мірою гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів у фінансових і виробничих відносинах, окреслює стратегічні перспективи розвитку.

Ринкова економіка поставила нові якісні завдання перед теорією і практикою проведення аналізу економічних результатів діяльності суб'єкта господарювання, передусім на мікрорівні, і відображення їх у бухгалтерській звітності, тобто на рівні окремих організацій, оскільки саме вони за будь-якої форми власності становлять основу економіки держави.

Фінансово-економічні результати діяльності організацій залежать від стану всіх сфер його

Таблиця 1

Основні показники діяльності підприємств будівельної галузі

Показники	Роки					Відхилення +,-	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017 до 2013	2017 до 2016
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	50830	52983	52189	55128	50208	98,8	91,1
– кількість підприємств, одиниць	34077	36185	29785	29165	24333	71,4	83,4
– кількість фізичних осіб	16753	16798	22404	25963	25875	154,4	99,7
Кількість зайнятих працівників, тис осіб	371,7	286,1	248,1	247,0	257,8	69,4	104,4
Витрати на персонал, млн грн:	13681,4	15182,8	11628,1	12612,7	18167,2	132,8	144,0
– витрати на оплату праці	10008,6	11083,7	8625,4	10402,2	14925,3	149,1	143,5
– відрахування на соціальні заходи	3672,8	4099,1	3002,7	2210,5	3241,9	88,3	146,7
Витрати на виробництво продукції млн грн:	119438,6	119437,5	114847,8	126832,0	180816,4	151,4	142,6
– матеріальні витрати та витрати на оплату послуг, використані у виробництві	101709,6	100571,7	99143,9	109842,4	156560,2	143,9	142,5
– амортизація	2955,1	2752,0	2909,9	2952,6	4935,0	167,0	167,1
Загальні поточні витрати на захист довкілля, млн грн	11,2	10,8	11,9	14,3	20,3	181,3	142,0
Обсяг реалізованої продукції, млн грн	141125,7	150466,6	142871,9	169705,3	221404,9	156,9	130,5
Капітальні інвестиції, млн грн	14450,8	12901,2	13462,1	14709,9	16381,8	113,4	111,4
– у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки	5,4	63,8	4,6	5,0	5,7	105,6	114,0
– у придбання програмного забезпечення	8,1	6,9	16,7	12,4	21,9	270,4	176,6
Фінансовий результат, млн грн	-5126,6	-27288,4	-25074,1	-9342,9	-3535,8	x	x

Джерело: складено за [3]

діяльності: виконання виробничих планів, зниження собівартості продукції, зростання ефективності виробництва, а також факторів у сфері обігу товарних і грошових операцій, пов'язаної з організацією, комерційною діяльністю та від об'єктивного їх відображення в бухгалтерській звітності та приведення у відповідність із міжнародними стандартами [1].

Для успішної та ефективної діяльності підприємства необхідно систематично здійснювати аналіз фінансових результатів (табл. 2).

Проведена класифікація основних чинників, що впливають на прибуток від реалізації продукції сільськогосподарського виробництва, дала змогу виявити вплив на розмір прибутку первинних, внутрішніх, зовнішніх і якісних факторів, що є в тісному взаємозв'язку. Така деталізація сприяє посиленню уваги до цих чинників із боку управлінського персоналу під час аналізу фінансових результатів, прибутковості і фінансового стану організації.

Водночас на величину доходів впливають не тільки зусилля трудового колективу, а й уміння адміністрації кваліфіковано використовувати закладені в чинних нормативних документах можливості облікових процедур. Відповідність класифікації доходів і витрат, форми звітності про фінансові результати міжнародним стандартам дасть змогу підвищити достовірність, надійність, якість та інформативність звітності для використання її під час прийняття інвестиційних рішень. Кризовими аспектами в даній галузі є:

- підвищення матеріаломісткості та трудомісткості;
- екстенсивність розвитку будівництва;
- недостатні інвестиційні й інноваційні можливості;
- відсутність дієвих механізмів управління на всіх стадіях реалізації проекту;
- обмеженість бюджетних асигнувань;

- низька платоспроможність населення;
- відсутність діючих фінансово-кредитних механізмів;
- залучення коштів населення;
- недолік сучасного законодавства и методичних засад;
- відсутність єдиних методів оцінки ефективності проектів [1].

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства передбачає:

- оцінку динаміки абсолютних і відносних показників (прибутку та рентабельності);
- окреслення кола чинників, що впливають на розмір прибутку і рівень рентабельності;
- формування резервів збільшення прибутку і рентабельності [4].

Велика кількість показників, що надають характеристику фінансовим результатам діяльності підприємства, створює методичні труднощі їх системного розгляду.

Важливими завданнями аналізу фінансових результатів діяльності є:

- системний контроль над виконанням планів реалізації продукції й отриманням прибутку;
- виявлення впливу як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників на фінансові результати;
- виявлення резервів збільшення суми прибутку і рентабельності;
- оцінка роботи підприємства щодо використання можливості збільшення прибутку і рентабельності;
- розроблення заходів щодо використання виявлених резервів [7].

Одним з її пріоритетних напрямів є інвестування в будівельний комплекс України, яке сприяє формуванню стратегії розвитку будівельних підприємств.

На рис. 1 запропоновано комплексну систему оцінки ефективності стратегії розвитку

Таблиця 2

Фінансові результати діяльності будівельної галузі

Роки	Кількість підприємств, одиниць	Фінансовий результат, млн. грн	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток		Рентабельність усієї діяльності	Обсяг виробленої продукції, млн. грн.	Витрати на виробництво продукції, млн. грн.	Обсяг реалізованої продукції, послуг, млн грн
			у % до загальної кількості підпр-в	фінансовий результат	у % до загальної кількості підпр-в	фінансовий результат				
2013	36185	-5126,6	62,3	5968,0	37,7	11094,6	-3,2	143922,5	119438,6	141125,7
2014	29785	-27288,4	62,7	6295,7	37,3	33584,1	-13,5	155559,4	119437,5	150466,6
2015	29165	-25074,1	71,1	5648,1	28,9	30722,2	-12,7	136384,5	114847,8	142871,9
2016	24333	-9342,9	70,8	8446,6	29,2	17789,5	-5,0	170708,0	126832,0	169705,3
2017	27468	-3535,8	71,5	10300,0	28,5	13835,8	-2,0	215275,6	180816,4	221404,9

Джерело: складено за [3]

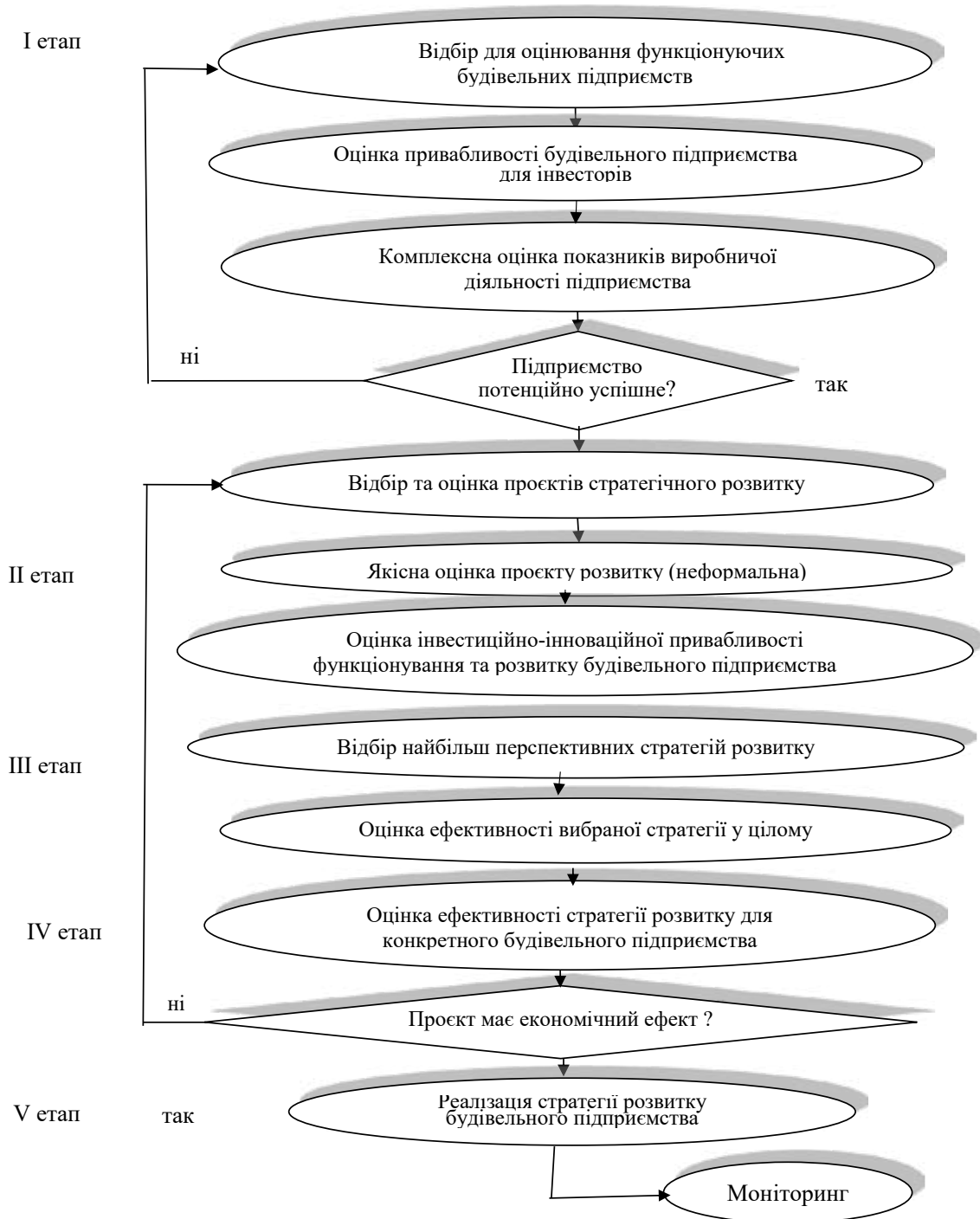


Рис. 1. Комплексна система оцінювання ефективності функціонування та стратегії розвитку будівельного підприємства

Джерело: розроблено автором

будівельного підприємства, яка включає п'ять основних етапів: відбір та оцінка функціонуючих будівельних підприємств; відбір і оцінка ефективних стратегій розвитку будівельного підприємства; оцінка ефективності стратегії у цілому та для кожного його учасника; моніторинг упровадження стратегії розвитку. Моніторинг упровадження стратегії розвитку надає інформацію, що допомагає ухвалювати ефективні рішення для запобігання

ризикам. Основними завданнями моніторингу стратегії розвитку будівельного підприємства є збір, аналіз і розповсюдження інформації про стан і перспективи впровадження запропонованих проєктів. У результаті забезпечуються координація та контроль над ходом реалізації стратегічного розвитку підприємств [1].

Викладений підхід хоча й не замінює собою необхідність проведення детального економічного

аналізу результатів діяльності будівельного підприємства за відомими методиками, проте є ефективним способом експрес-дослідження його виробничо-господарського стану.

Ефективному управлінню економічними і фінансовими результатами виробничо-господарської діяльності будівельної організації сприяє використання методології аналізу точки беззбитковості виробництва, в основі якої лежить ідея поділу витрат на постійні та змінні, тобто ті, які за даний період не залежать безпосередньо від величини і структури виробництва і реалізації, й ті, які за даний період часу залежать від обсягів виробництва та реалізації [5].

Висновки з проведеного дослідження.

Кінцеві результати виробничо-господарської діяльності підприємств виражаються через прибуток. Для поліпшення виробничо-господарської діяльності підприємству необхідно, урахувавши специфіку галузі, розробити та здійснити комплекс заходів, основним серед яких є, безумовно, досягнення прибутковості. Необхідні постійні наукові дослідження з аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів. Потрібно створювати умови для зростання попиту на будівельні послуги, встановлювати оптимальні ціни на продукцію, які були б прийнятними для споживача і за яких підприємство отримувало б максимальний прибуток.

Подальший напрям досліджень має розв'язати такі питання:

- виявлення видів та принципів контролю з боку держави та регулювання інвестиційно-інноваційної діяльності будівельних організацій;
- пошук напрямів зростання рентабельності будівельних організацій;
- розроблення механізмів ефективного моніторингу розвитку будівельної галузі тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ДСТУ Б Д.1.1-1. Правила визначення вартості будівництва. Чинний від 2013- 12-12. Київ, 2013 (Інформація та документація).
2. ДСТУ-Н Б Д.1.1.1. Настанови щодо визначення прямих витрат. Київ : Мінрегіон України, 2013. 21 с.
3. Державний комітет статистики України: URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.01.2020).
4. Римар Г.А. Облік, аналіз і контроль витрат у житловому будівництві : дис. ... канд. економ. наук : 08.00.09. Тернопіль. 2014. 215 с.

5. Москалюк В.Є. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 384 с.

6. Ващенко А.А. Ефективність виробничо-господарської діяльності в механізмі управління промисловими підприємствами. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2014. № 1. С. 80–86.

7. Вода І.С. Інноваційна стратегія як вирішення проблеми підвищення ефективності інноваційної діяльності. *Наука і освіта – 2005* : матеріали VIII міжнародної наук.-практ. конф. Т. 11. Інвестиційна діяльність. Дніпропетровськ, 2005. С. 40–43.

8. Богінська Л.О. Стан та перспективи розвитку будівельної галузі України. *Економічні студії*. 2018. Вип. 2(20). С. 21–26.

REFERENCES:

1. DSTU B D.1.1-1. Pravyla vyznachennia vartosti budivnytstva [Rules for determining the cost of construction]. [Chynnyi vid 2013- 12-12]. Kyiv, 2013 (Informatsiia ta dokumentatsiia).
2. DSTU-N B D.1.1. Nastanovy shchodo vyznachennia priamykh vytrat [Direct cost guidelines] : Kyiv : Minreghion Ukrainy, 2013. p.21
3. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 06 January 2020).
4. Rymar H. A. (2014) Oblik, analiz i kontrol vytrat u zhytlovomu budivnytstvi [Accounting, analysis and control of costs in housing] (PhD Thesis). Ternopil.
5. Moskaliuk V. Ye. (2005) Planuvannia diialnosti pidpriemstva: Navch. posib. [Planning of the enterprise activity] Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)
6. Vashchenko A. A. (2014) Efektivnist vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti v mekhanizmi upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy [Efficiency of production and economic activity in the mechanism of management of industrial enterprises] *Naukovyi visnyk natsionalnoho hirnychoho universytetu* : nauk.-tekhn. zhurnal. Dnipropetrovsk : Vyd-vo NHU. no. 1. pp. 80-86. (in Ukrainian)
7. Voda I. S. (2005) Innovatsiina stratehiia yak vyrishennia problemy pidvyshchennia efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti [Innovation strategy as a solution to the problem of improving the efficiency of innovation]. *"Nauka i osvita 2005"* : materialy VIII mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii Tom 11. Investytsiina diialnist. Dnipropetrovsk pp.40 – 43. (in Ukrainian)
8. Boginska L. O. (2018) Stan ta perspektyvy rozvytku budivelnoi haluzi Ukrainy) [State and prospects of development of construction industry of Ukraine]. *Naukovo-praktychnyi zhurnal "Ekonomichni studii"* Vol. 2 (20) Lvivska ekonomichna fundatsiia, Lviv. pp. 21-26 (in Ukrainian)

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ НЕЮ

EVALUATION THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN THE CONTEXT OF MANAGING THEM

У статті розглянуто основні методи оцінювання конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Запропоновано під час оцінювання конкурентоспроможності ЗВО використовувати підхід, що передбачає бінарне використання методу профілів та методу рейтингових оцінок із формуванням відповідної системи показників. Здійснено оцінювання конкурентоспроможності ЗВО на прикладі Київського національного університету технологій та дизайну з використанням удосконаленого методичного підходу до оцінювання конкурентоспроможності ЗВО, який є інструментальною основою моделі її оцінювання. Він базується на запропонованому бінарному використанні методів профілів та рейтингових оцінок з урахуванням принципів розроблення збалансованої системи показників, адаптованої під потреби ЗВО. Для використання вдосконаленого методу оцінювання конкурентоспроможності ЗВО запропоновано можливі рівні конкурентоспроможності ЗВО поділяти на інтервали з використанням методу золотого перетину.

Ключові слова: заклади вищої освіти, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність ЗВО, методи оцінювання конкурентоспроможності ЗВО, факторний аналіз методом головних компонент, метод золотого перетину.

В статье рассмотрены основные методы оценки конкурентоспособности высших учебных заведений. Предложено при оценке конкурентоспособности вуза использовать подход, предусматривающий бинарное использование метода профилей и метода рейтинговых оценок с формированием соответствующей системы показателей. Осуществлено оценки конкурентоспособности вуза на примере Киевского национального университета технологий и дизайна с использованием усовершенствованного методического подхода к оценке конкурентоспособности вуза, который является инструментальной основой модели его оценки. Он базируется на предложенном бинарном использовании методов профилей и рейтинговых оценок с учетом принципов разработки сбалансированной системы показателей, адаптированной под нужды вузов. Для использования усовершенствованного метода оценки конкурентоспособности вуза предложены возможные уровни конкурентоспособности вуза делить на интервалы с использованием метода золотого сечения.

Ключевые слова: высшие учебные заведения, конкурентоспособность, конкурентоспособность вузов, методы оценки конкурентоспособности вузов, факторный анализ методом главных компонент, метод золотого сечения.

УДК 330.8:338.2:378

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-21>

Бреус С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Київський національний університет
технологій та дизайну

Сугоняко І.І.

студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

Breus Svitlana

Kyiv National University of Technologies
and Design

Suhoniako Iryna

Kyiv National University of Technologies
and Design

The article deals with the basic methods of evaluation the competitiveness of higher education institutions. It is concluded that none of the methods is universal, they involve the use of a number of indicators that are inherently recursive and cannot be generated from the data set available in the HEI, given that higher education institutions do not are classic entities, they have specific features of the entity, but not all of their indicators can have the same value to ensure the effectiveness of HEI as an enterprise. It is proposed to use an approach in the assessment of the competitiveness of the HEI, which involves the binary use of methods, in particular, the method of profiles and the method of ratings with the formation of an appropriate system of indicators. The main advantages of KNUITD over its competitors are: image, successful experience in the educational services market, wide range of educational services, communication with employers, presence of famous graduates, international recognition and more. The HEI competitiveness evaluation was carried out on the example of the Kyiv National University of Technology and Design using the advanced methodological approach to the HEI competitiveness evaluation, which is an instrumental basis of its evaluation model. It is based on the proposed binary use of profile methods and ratings, with the formation of an appropriate scorecard, taking into account the principles of developing one of the Balanced Scorecard (BSC) strategic tools, and adapted to the needs of the HEIs, and involves the use of data published on the official website KNUITD. In order to use the advanced method of evaluation the competitiveness of the HEI, it is proposed that the possible levels of competitiveness of the HEI be divided into segments (intervals, each of which characterizes a certain state of competitiveness) using the method of golden section. It is concluded that it is advisable to develop measures at all levels of government to improve the competitiveness of the HEI, to ensure its strategic development with the further development of the HEI competitiveness management strategy, which in the future will have a positive impact on the level of economic development of the country.

Key words: higher education institutions, competitiveness, competitiveness of HEIs, methods of assessing the competitiveness of HEIs, Factor Analysis with the Principal Component Method, Golden-section search.

Постановка проблеми. Проблема конкурентоспроможності закладів вищої освіти (ЗВО) є одним із ключових завдань, вирішення якого сприятиме підвищенню соціально-економічного розвитку країни. Доцільність реалізації цього зумовлюється таким: заклади вищої освіти в сучасних умовах є провідниками інновацій та центрами знань, вони виконують важливу економічну функцію в суспільстві та державі, що знаходить прояв у забезпеченні населення освітніми послугами, а держави – фахівцями, які можуть бути конкурентоспроможними як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку праці.

В умовах реалізації євроінтеграційних прагнень України загострюються конкуренція між вітчизняними ЗВО та іноземними, що спонукає перших до пошуку шляхів власної конкурентоспроможності (значною мірою визначається конкурентоспроможністю його випускників та спроможністю генерування інновацій, заснованих на знаннях) у результаті використання відповідних стратегій до чинників, що мають пряму залежність до підвищення конкурентоспроможності у контексті управління нею, адже конкурентоспроможність ЗВО формує конкурентоспроможність вищої освіти у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Основні аспекти управління конкурентоспроможністю, формування конкурентної стратегії та оцінювання рівня конкурентоспроможності, зокрема закладів вищої освіти, розглянуто в працях [1–5]. Проте, зважаючи на наявність значної кількості публікацій за проблематикою дослідження, слід зазначити, що потребують детальнішого розгляду аспекти, пов'язані з можливістю використання методів оцінювання конкурентоспроможності ЗВО у контексті управління нею.

Постановка завдання. Мета статті полягає у здійсненні оцінювання конкурентоспроможності ЗВО для визначення напрямів управління нею з перспективою вибору та реалізації ефективної конкурентної стратегії для забезпечення їх сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Аналіз наукової літератури за проблематикою дослідження свідчить, що в сучасних умовах немає єдності у розумінні щодо використання універсальної методичної бази оцінювання конкурентоспроможності ЗВО, яку здійснюють із використанням різноманітних статистичних методів, економіко-математичного моделювання, які, своєю чергою, дають можливість дослідити поточний стан конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг, визначити сильні та слабкі сторони й здійснити загальний моніторинг конкурентоспроможності. Тому точність отриманих даних оцінювання та подальші дії ЗВО щодо свого розвитку й вироблення стратегії поведінки залежать від вірно вибраного методу. Для аналізу конкурентоспроможності ЗВО використовують різноманітні методи, які охоплюють різні боки діяльності закладу або мають різні теоретичні основи. При цьому слід зазначити, що в сучасній науковій літературі універсальна методика оцінювання конкурентоспроможності ЗВО відсутня, що сприяє виникненню неузгодженості у поглядах науковців щодо визначення її рівня та зумовлює доцільність формування конкретного методичного підходу, найоптимальнішого для проведення розрахунків з урахуванням впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Основні методи оцінювання конкурентоспроможності ЗВО, що розглядаються у працях науковців, узагальнено в табл. 1.

У контексті проблематики дослідження слід зазначити, що жоден із методів не є універсальним, вони передбачають використання низки показників, які за своєю сутністю є рекурсивними та не можуть бути сформовані на основі масиву даних, що є в наявності у ЗВО, зважаючи на те, що заклади вищої освіти не є класичними суб'єктами господарювання, їм притаманні окремі риси господарюючого суб'єкта, але не всі їхні показники можуть мати таку ж цінність для забезпечення ефективності діяльності ЗВО як підприємств.

Таким чином, під час оцінювання конкурентоспроможності ЗВО доцільно використовувати підхід, що передбачає бінарне використання, зокрема, методу профілів та методу рейтингових оцінок із формуванням відповідної системи показників. Запропонований до використання методичний підхід (етапи його формування наведено на рис. 1) є за своєю сутністю вдосконаленим методичним підходом до оцінювання конкурентоспроможності ЗВО та інструментальною основою моделі її оцінювання.

Оцінювання конкурентоспроможності ЗВО здійснено за даними, оприлюдненими на офіційному сайті Київського національного університету технологій та дизайну (КНУТД) [8]. Основними перевагами КНУТД порівняно з конкурентами є: імідж, успішний досвід роботи на ринку освітніх послуг із 1930 р., широкий набір освітніх послуг, зв'язок із роботодавцями, наявність відомих випускників, міжнародне визнання.

Основні показники, які характеризують діяльність КНУТД із позиції його фінансової, освітньої, організаційної та наукової діяльності, наведено в табл. 2.

Для розрахунку конкурентоспроможності КНУТД використано дані табл. 2 та показники фінансової стійкості (платоспроможності) КНУТД.

Вихідні дані (показники) для оцінювання конкурентоспроможності ЗВО були розділені на чотири групи: фінанси (включені показники, що характеризують управління фінансовими потоками ЗВО); внутрішні процеси (визначені показники, підвищення яких сприятиме підвищенню ефективності функціонування ЗВО); студенти (включені показники, за допомогою яких можна охарактеризувати відношення студентів до ЗВО у цілому); розвиток та навчання НПП (включені показники, за допомогою яких можна визначити основні напрями підвищення якості наданих освітніх послуг ЗВО).

Для оцінювання конкурентоспроможності ЗВО здійснено побудову інтегральних індикаторів за групами показників та інтегрального індикатора у цілому для КНУТД шляхом визначення вагових значень показників за групами у процесі проведення факторного аналізу (процедура розрахунку передбачає використання програмного продукту Statistica) за результатами дослідження факторних навантажень за кожною групою показників.

Розрахунок ваги кожного показника за групами здійснено з використанням даних [9; 10] так:

1. Із таблиць факторних навантажень по кожному рядку вибираються максимальні значення факторних навантажень.

2. Множаться відібрані максимальні значення (навантаження) на частки загальної дисперсії за кожним показником.

3. Визначається сума отриманих добутоків по всіх чинниках.



Рис. 1. Етапи формування вдосконаленого методичного підходу до оцінювання конкурентоспроможності ЗВО

Джерело: розроблено на основі [7]

4. Розраховується вага кожного показника шляхом ділення добутку максимального значення та частки загальної дисперсії за кожним показником на суму отриманих добутків по всіх показниках, віднесених до тієї чи іншої групи.

Показники для розрахунку, їх нормалізовані та вагові значення (на основі проведеного дослідження факторних навантажень – відмічені навантаження більше 700 000 – вибрано без обертання) за групами наведено в табл. 3. Дані табл. 3 свідчать, зокрема, про ступінь впливу чинників на кожну з досліджуваних ознак.

Далі здійснено розрахунок інтегральних індикаторів конкурентоспроможності ЗВО за групами показників та конкурентоспроможності ЗВО за формулами 1–2 з урахуванням даних [9; 10].

$$I_m = \sum_{i=1}^n d_i \times y_i, \quad (1)$$

де I_m – інтегральний індикатор за групою показників, де $m = (1, 2, 3, 4)$; d_i – вага показника, що визначає ступінь внеску i -го показника в інтегральний індикатор складника (групи показників) конкурентоспроможності ЗВО; y_i – нормалізоване значення i -го показника; n – кількість показників, що використовуються для оцінювання i -го показника в інтегральному індикаторі за групою показників; $\sum d_i = 1$; $0 \leq d_i$; $y_i \leq 1$.

$$I_{KC} = \sum_m d_m \times I_m, \quad (2)$$

де I_{KC} – інтегральний індикатор конкурентоспроможності ЗВО; d_m – вага показника, що

Основні методи оцінювання конкурентоспроможності ЗВО

№ з/п	Метод	Сутність та призначення
1.	Метод експертних оцінок	ґрунтується на узагальненні думок фахівців-експертів
2.	Метод опитування респондентів	Дає змогу отримати інформацію різних груп користувачів освітніх послуг та випускників
3.	Методи порівняльного, статистичного та економіко-математичного аналізу	Засновані на виділенні та оцінюванні найвагоміших чинників, які впливають на конкурентоспроможність
4.	Метод профілів	Дає змогу оцінити рівень конкурентоспроможності за допомогою інтегрального показника
5.	Метод рейтингових оцінок	Базується на визначенні та порівнянні показників з умовною еталонною або з найуспішнішими конкурентами
6.	Метод бенчмаркінгу	Передбачає пошук та впровадження найкращих результатів діяльності для підвищення ефективності власної діяльності
7.	SWOT-аналіз	Дає змогу виділити ключові загрози, сильні, слабкі сторони, можливості та загрози у процесі дослідження чотирьох елементів SWOT та формування на основі дослідження стратегії
8.	SNW-аналіз	Передбачає здійснення стратегічного аналізу внутрішнього середовища, використовується після завершення SWOT-аналізу для поглибленого дослідження сильних та слабких сторін
9.	PEST-аналіз	Передбачає здійснення моніторингу змін макросередовища за чотирма ключовими напрямками: політичним (P – political), економічним (E – economic), соціальним (S – social) та технологічним (T – technological) та виявлення тенденцій і подій, не підконтрольних ЗВО, але які справляють значний вплив на результативність прийнятих стратегічних рішень
10.	SPACE-аналіз	Передбачає здійснення аналізу позиції на ринку й вибору оптимальної стратегії за чотирма групами чинників (фінансове становище, конкурентна позиція, привабливість галузі та стабільність середовища). На основі визначення ключових критеріїв у складі кожної групи будується розрахунково-графічна матриця в системі координат та окреслюється вектор позиції ЗВО
11.	Матриця BCG	Передбачає використання двох параметрів (темпи росту цільового сегмента як індикатор привабливості та частка ринку відносно найнебезпечнішого конкурента як індикатор конкурентоспроможності закладу)
12.	Модель McKinsey «7С»	Передбачає комплексний аналіз діяльності ЗВО, у результаті визначаються два інтегральні показники, які відкладаються на осі координат матриці (привабливість ринку, конкурентоспроможність галузі)

Джерело: складено на основі [4; 5, с. 29]

визначає ступінь внеску показника в інтегральний індикатор конкурентоспроможності ЗВО; I_m – інтегральний індикатор, де $m = (1, 2, 3, 4)$; $\sum d_m = 1$; $0 \leq d_m$; $y_m \leq 1$.

На основі формул 1–2 за даними табл. 3 (використано в розрахунку нормалізовані та вагові значення показників) здійснено розрахунок інтегральних індикаторів за групами. Результати розрахунку узагальнених інтегральних індикаторів конкурентоспроможності КНУТД за кожною групою наведено в табл. 4.

Далі проведено дослідження факторних навантажень по КНУТД та здійснено розрахунок ваги кожного показника (табл. 5, у ній відзначено навантаження більше 700 000, факторні навантаження вибрано без проведення процедури обертання).

Дані табл. 5 свідчать про вплив кожного чинника на входні чотири ознаки моделі. За даними табл. 6 здійснено розрахунок узагальнених інтегральних індикаторів показників за групами та інтегрального індикатора конкурентоспроможності КНУТД за роками (табл. 6).

Дані табл. 6 свідчать загалом про підвищення рівня конкурентоспроможності вишу, однак, ураховуючи, що даний методичний підхід передбачає можливість досягнення максимального значення конкурентоспроможності на рівні 1, то доцільно зазначити, що конкурентоспроможність КНУТД за даними розрахунками протягом 2017–2018 рр. знаходилася на низькому рівні. Рівні конкурентоспроможності визначені за допомогою методу золотого перетину. Для використання цього методу запропоновано можливі рівні конкурентоспроможності ЗВО поділяти на п'ять відрізків (інтервалів, кожен з яких характеризує певний стан конкурентоспроможності) з використанням методу золотого перетину, відповідно до якого пропорція золотого перетину становить 1,618. Шкалу визначення рівня конкурентоспроможності ЗВО наведено в табл. 7.

Висновки з проведеного дослідження. Упровадження у практику оцінювання конкурентоспроможності ЗВО вдосконаленого методичного підходу та використання як порогових значень

Основні показники діяльності КНУТД за 2017–2018 рр.

№ з/п	Показники	Роки		Відхилення	
		2017	2018	+, -	%
1.	Кількість здобувачів вищої освіти, у тому числі:	4813	4542	-271	-5,63
	бакалаврів	3491	3213	-278	-7,96
	магістрів	1253	1263	10	0,80
	докторів філософії	59	57	-2	-3,39
	докторів наук	10	9	-1	-10,0
2.	Кількість здобувачів вищої освіти, які проходили стажування в іноземних ЗВО, у тому числі:	5	11	6	120,0
	бакалаврів	5	7	2	40,00
	магістрів	0	4	4	0
	докторів філософії	0	0	0	0
	докторів наук	0	0	0	0
3.	Кількість здобувачів вищої освіти, які здобули призиви місця, утому числі:	146	152	6	4,11
	бакалаврів	112	94	-18	-16,07
	магістрів	34	58	24	70,59
	докторів філософії	0	0	0	0
	докторів наук	0	0	0	0
4.	Кількість іноземних громадян-здобувачів вищої освіти, в тому числі з країн ОЕСР	153	156	3	1,96
	бакалаврів	121	127	6	4,96
	магістрів	34	31	-3	-8,82
	докторів філософії	0	1	1	0
	докторів наук	0	0	0	0
5.	Кількість наукових, науково-педагогічних працівників	427	430	3	0,7
6.	Кількість наукових, науково-педагогічних працівників, які проходили стажування в іноземних ЗВО	31	1	-30	-96,77
7.	Кількість наукових, науково-педагогічних працівників, які здійснювали наукове керівництво (консультування) не менше п'ятьох здобувачів наукових ступенів, які захистилися в Україні	28	18	-10	-35,71
8.	Кількість науково-педагогічних працівників, які мають науковий ступінь та/або вчене звання	296	315	19	6,42
9.	Кількість науково-педагогічних працівників-докторів наук та/або професорів	75	78	3	4,00
10.	Місце університету у базі Scopus за індексом Гірша (h-індекс)	38	47	9	23,68
11.	Кількість наукових, науково-педагогічних працівників, які мають публікації в наукометричних базах Scopus або Web of Science	107	100	-7	-6,54
12.	Сумарний індекс Гірша Scopus всіх наукових та науково-педагогічних працівників	110	181	71	64,55
13.	Сумарний індекс Гірша Web of Science всіх наукових та науково-педагогічних працівників	11	109	98	890,91
14.	Кількість наукових журналів, які входять із ненульовим коефіцієнтом впливовості до наукометричних баз	0	0	0	0
15.	Кількість спеціальностей	24	24	0	0
16.	Кількість об'єктів права інтелектуальної власності, що зареєстровані закладом вищої освіти та/або зареєстровані (створені) його науково-педагогічними та науковими працівниками	114	73	-41	-35,96
17.	Кількість об'єктів права інтелектуальної власності, які комерціалізовано закладом вищої освіти та/або його науково-педагогічними та науковими працівниками	6	3	-3	-50,0
18.	Кількість господарських договорів та НДР, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів	181	189	8	4,42
19.	Кількість захищених дисертацій НПП	20	11	-9	-45,0
20.	Всього кафедр	31	34	3	9,68
21.	Чисельність зарахованих на навчання	3225	3287	62	1,92
22.	Обсяг держзамовлення (денна та заочна форми навчання, у тому числі іноземці) разом із коледжами	850	1206	356	41,88
23.	Власний капітал, млн грн	166,56	185,09	18,53	11,12
24.	Залучений капітал, млн грн	12,66	16,02	3,37	26,59
25.	Оборотні активи, млн грн	61,65	78,84	17,19	27,88
26.	Поточні зобов'язання, млн грн	12,66	16,02	3,37	26,59
27.	Баланс, млн. грн	179,21	201,11	21,89	12,22

Джерело: складено на основі [8]

Таблиця 3

Показники для розрахунку, їх нормалізовані та вагові значення за групами

Показники/змінні	Вихідні дані		Нормалізовані показники		Чинник 1	Вага
	2017 рік	2018 рік	2017 рік	2018 рік		
1	2	3	4	5	6	7
Група «Фінанси»						
Співвідношення кількості здобувачів вищої освіти до обсягів держзамовлення (денна та заочна форма навчання, у тому числі іноземці) разом з коледжами (дестимулятор)	5,662	3,766	0,0	1,0	1,0	0,125
Співвідношення обсягів державного замовлення та кількості зарахованих на навчання (дестимулятор)	0,264	0,367	1,0	0,0	1,0	0,125
Середня чисельність наукових та науково-педагогічних працівників у розрахунку на один об'єкт права інтелектуальної власності, який комерціалізовано закладом вищої освіти та/або його науково-педагогічними та науковими працівниками (стимулятор)	71,167	143,333	0,0	1,0	1,0	0,125
Середня чисельність наукових та науково-педагогічних працівників у розрахунку на один господарський договір та НДР, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів (стимулятор)	2,359	2,275	1,0	0,0	1,0	0,125
Коефіцієнт платоспроможності (стимулятор)	0,929	0,920	1,0	0,0	1,0	0,125
Коефіцієнт фінансування (стимулятор)	0,076	0,080	0,0	1,0	1,0	0,125
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами (стимулятор)	0,794	0,797	0,0	1,0	1,0	0,125
Коефіцієнт маневреності власного капіталу (стимулятор)	0,294	0,339	0,0	1,0	1,0	0,125
Загальна дисперсія	–	–	–	–	8,0	–
Частка загальної дисперсії	–	–	–	–	1,0	–
Сума	–	–	–	–	–	1,0
Група «Внутрішні процеси»						
Співвідношення кількості здобувачів вищої освіти до кількості кафедр (дестимулятор)	155,258	133,588	0,0	1,0	1,0	0,28
Співвідношення кількості здобувачів вищої освіти до кількості спеціальностей (стимулятор)	200,542	189,25	1,0	0,0	-1,0	0,2
Співвідношення чисельності здобувачів вищої освіти до кількості здобувачів вищої освіти, які здобули призові місця (дестимулятор)	32,966	29,882	0,0	1,0	1,0	0,2
Середня кількість здобувачів вищої освіти на одного наукового та науково-педагогічного працівника (стимулятор)	11,272	10,563	1,0	0,0	-1,0	0,2
Співвідношення чисельності зарахованих на навчання до кількості спеціальностей (стимулятор)	134,375	136,958	0,0	1,0	1,0	0,2
Загальна дисперсія	–	–	–	–	5,0	–
Частка загальної дисперсії	–	–	–	–	1,0	–
Сума	–	–	–	–	–	1,0
Група «Студенти»						
Співвідношення кількості спеціальностей та кількості кафедр (дестимулятор)	0,774	0,706	0,0	1,0	-1,0	0,250
Співвідношення науково-педагогічних працівників, які мають науковий ступінь та/ або вчене звання, до загальної кількості наукових та науково-педагогічних працівників (стимулятор)	0,693	0,733	0,0	1,0	-1,0	0,250
Співвідношення кількості науково-педагогічних працівників-докторів наук та/ або професорів до загальної кількості наукових та науково-педагогічних працівників (стимулятор)	0,176	0,181	0,0	1,0	-1,0	0,250
Співвідношення кількості наукових, науково-педагогічних працівників, які проходили стажування в іноземних ЗВО, до кількості здобувачів вищої освіти, які проходили стажування в іноземних ЗВО (стимулятор)	0,620	0,091	1,0	0,0	1,0	0,250

Закінчення табл. 3

1	2	3	4	5	6	7
Загальна дисперсія	–	–	–	–	4,0	–
Частка загальної дисперсії	–	–	–	–	1,0	–
Сума	–	–	–	–	–	1,0
Група «Розвиток та навчання НПП»						
Співвідношення кількості наукових, науково-педагогічних працівників, які здійснювали наукове керівництво (консультування) не менше п'ятьох здобувачів наукових ступенів, які захистилися в Україні, до загальної кількості наукових, науково-педагогічних працівників (дестимулятор)	0,066	0,042	0,0	1,0	1,0	0,250
Співвідношення кількості наукових, науково-педагогічних працівників, які мають публікації в наукометричних базах Scopus або Web of Science, до сумарного індексу Гірша в наукометричних базах Scopus або Web of Science (стимулятор)	0,884	0,345	1,0	0,0	-1,0	0,250
Співвідношення кількості об'єктів права інтелектуальної власності, що зареєстровані закладом вищої освіти та/або зареєстровані (створені) його науково-педагогічними та науковими працівниками, до загальної кількості наукових та науково-педагогічних працівників (стимулятор)	0,267	0,170	1,0	0,0	-1,0	0,250
Співвідношення кількості захищених дисертацій НПП до загальної кількості наукових та науково-педагогічних працівників (стимулятор)	0,047	0,026	1,0	0,0	-1,0	0,250
Загальна дисперсія	–	–	–	–	4,0	–
Частка загальної дисперсії	–	–	–	–	1,0	–
Сума	–	–	–	–	–	1,0

Таблиця 4

Інтегральні індикатори за кожною групою

Роки	Інтегральний індикатор за групою «Фінанси»	Інтегральний індикатор за групою «Внутрішні процеси»	Інтегральний індикатор ЗВО за групою «Студенти»	Інтегральний індикатор за групою «Розвиток та навчання НПП»
2017	0,375	0,400	0,250	0,750
2018	0,625	0,600	0,750	0,250

Таблиця 5

Факторні навантаження

Змінні	Чинник 1	Ваговий коефіцієнт
Інтегральний індикатор за групою «Фінанси»	-1,00	0,250
Інтегральний індикатор за групою «Внутрішні процеси»	-1,0	0,250
Інтегральний індикатор за групою «Студенти»	-1,0	0,250
Інтегральний індикатор за групою «Розвиток та навчання НПП»	1,0	0,250
Загальна дисперсія	4,0	–
Частка загальної дисперсії	1,0	–
Сума	–	1,0

Таблиця 6

Узагальнені інтегральні індикатори показників за групами та інтегральний індикатор по КНУТД

Роки	Інтегральний індикатор за групою «Фінанси»	Інтегральний індикатор за групою «Внутрішні процеси»	Інтегральний індикатор за групою «Студенти»	Інтегральний індикатор за групою «Розвиток та навчання НПП»	Інтегральний індикатор конкурентоспроможності КНУТД
2017	0,094	0,100	0,063	0,188	0,444
2018	0,156	0,150	0,188	0,063	0,556

Шкала визначення рівня конкурентоспроможності ЗВО

№ з/п	Інтервали значень інтегрального індикатора конкурентоспроможності ЗВО	Рівні конкурентоспроможності ЗВО
1.	0,855-1	Високий
2.	0,619-0,854	Середній
3.	0,383-0,618	Низький
4.	0,147-0,382	Кризовий
5.	0-0,146	Критичний

запропонованих рівнів конкурентоспроможності за визначеними інтервалами дає можливість економічної інтерпретації результатів розрахунку інтегрального індикатора та здійснення порівняння результатів оцінювання в динаміці. Результати оцінювання конкурентоспроможності КНУТД дають підстави для висновку про доцільність розроблення заходів на всіх рівнях управління з метою підвищення конкурентоспроможності ЗВО та забезпечення його стратегічного розвитку з подальшим розробленням стратегії управління конкурентоспроможністю ЗВО, що в перспективі справить позитивний вплив на рівень економічного розвитку держави. Зазначене є перспективою подальших розвідок за тематикою дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Касич А.О., Глуценко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65–70.
2. Бреус С.В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 1. С. 162–169.
3. Бреус С.В. Конкурентоспроможність закладів вищої освіти в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 35. Ч. 1. С. 24–31.
4. Безтелесна Л.І., Либак І.А. Суть та чинники впливу на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 145–151.
5. Стеблюк Н.Ф., Копейкіна Є.В. Оцінка конкурентоспроможності вищих навчальних закладів для визначення стратегій їх розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 28–32.
6. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance. URL : <https://hbr.org/2005/07/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance> (last accessed: 27.01.2020).
7. Бреус С.В. Розроблення моделі оцінювання економічної безпеки закладів вищої освіти. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Т. 2. № 25. С. 176–182.
8. Офіційний сайт Київського національного університету технологій та дизайну. Доступ до публічної інформації. URL : <https://knutd.edu.ua/university/dostup-do-pi/> (дата звернення: 12.10.2017).
9. Про затвердження Методики розрахунку інтегральних регіональних індексів економічного

розвитку : Наказ № 114 від 15.04.2003 (утратив чинність згідно з Наказом Державної служби статистики України від 25 березня 2016 р. № 48). URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN7184.html (дата звернення: 27.01.2020).

10. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=MetodichniRekomendatsii> (дата звернення: 27.01.2020).

REFERENCES:

1. Kasych A. O., Hlushchenko D. O. (2016) Teoretichni ta praktichni aspekty upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Theoretical and practical aspects of enterprises competitiveness management]. *Ekonomika ta derzhava*. no. 11, pp. 65-70.
2. Breus S. V. (2006) Rol innovatsii u zabezpechenni konkurentospromozhnosti mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy [The role of innovation in ensuring the competitiveness of the machine-building complex of Ukraine]. *Actual problems of economics*. no. 1, pp. 162-169.
3. Breus S. V. (2018) Konkurentospromozhnist zakladiv vyshchoi osvity v suchasnykh umovakh [Competitiveness of institutions of higher education in modern conditions]. *Black sea economic studies*. vol. 35, no. 1, pp. 24–31.
4. Beztelesna L. I., Lybak I. A. (2017) Sut ta chynnyky vplyvu na konkurentospromozhnist vyshchyykh navchalnykh zakladiv [Essence and factors affecting the competitiveness higher education institutions]. *Economy and society*. vol. 9, pp. 145-151.
5. Stebliuk N. F., Kopieikina Ye. V. (2018) Otsinka konkurentospromozhnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv dlia vyznachennia stratehii yikh rozvytku [Assessment of the competitiveness of higher education institutions to determine strategies for their development]. *Black sea economic studies*. vol. 34, pp. 28-32.
6. Kaplan R. S., Norton D. P. (2005) The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance [The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance]. (electronic journal). Available at: <https://hbr.org/2005/07/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance> (accessed 27 January 2020).
7. Breus S. V. (2018) Rozroblennia modeli otsiniuvannia ekonomichnoi bezpeky zakladiv vyshchoi osvity [Development of evaluation model of economic security institutions of higher education]. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. vol. 2, no. 25, pp. 176–182.

8. Ofitsiynyi sait Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Dostup do publichnoi informatsii [Official site of the Kyiv National University of Technologies and Design. Access to public information]. Available at: <https://knuutd.edu.ua/university/dostup-dopi/> (accessed 27 January 2020).

9. Ofitsiynyi sait LIHA: ZAKON. Pro zatverdzhennia Metodyky rozrakhunku intehralnykh rehionalnykh indeksiv ekonomichnoho rozvytku : Nakaz № 114 vid 15.04.2003 r. [Official site of the LIHA: ZAKON. On Approval of the Methodology for Calculating Integrated Regional Economic Development Indices: Order No. 114 of April 15, 2003]. Available at:

http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN7184.html (accessed 27 January 2020).

10. Ofitsiynyi sait Ministerstva rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy. Metodychni rekomendatsii shchodo rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy / Nakaz Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy vid 29.10.2013 r. № 1277. [Official site of the Ministry for Development of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine. Methodical recommendations for calculating the level of economic security of Ukraine]. Available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=MetodichniRekomendatsii> (accessed 27 January 2020).

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE SECTOR OF SERVICES FOR POPULATION

УДК 338.46

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-22>

Бужимська К.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і підприємництва
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Гойхман М.В.

студентка
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Buzhymaska Kateryna

Zhytomyr Polytechnic State University

Noikhman Maria

Zhytomyr Polytechnic State University

Розвиток сфери послуг є головним чинником розвитку економіки країни на постіндустріальній стадії. У статті проведено оцінку розвитку підприємництва у сфері послуг. Ураховуючи практично безмежний спектр видів економічної діяльності у сфері послуг, для оцінки було вибрано види діяльності, які задовольняють умовам: споживачами послуг, що надаються, є населення; відсутність обмежень для розвитку підприємницької діяльності. В окресленій сфері обслуговування населення діяльність здійснюють майже 60% господарюючих суб'єктів України та працює 35% зайнятих працівників в економіці. Розроблено систему показників для оцінки розвитку підприємництва та обґрунтовано взаємозв'язок між динамікою вибраних показників. За допомогою коефіцієнта рангової кореляції Спірмена оцінено рівень ефективності розвитку підприємництва у досліджуваній сфері. Коефіцієнт Спірмена має позитивну динаміку протягом 2015–2018 рр. на відміну від негативного значення у 2015 р., що свідчить про неефективність процесу розвитку підприємництва до 0,9 у 2018 р. і говорить про високу ефективність процесу розвитку, що відбувається.

Ключові слова: сфера послуг, підприємництво, оцінка розвитку, послуги населенню, інтегральна оцінка, ефективність розвитку.

Развитие сферы услуг является главным фактором развития экономики страны на

постиндустриальной стадии. В статье проведена оценка развития предпринимательства в сфере услуг. Учитывая практически неограниченный спектр видов экономической деятельности в сфере услуг, для оценки выбраны виды деятельности, которые удовлетворяют условиям: потребителями услуг, которые предоставляются, является население; отсутствуют ограничения для развития предпринимательской деятельности. В выбранной сфере обслуживания населения деятельность осуществляют почти 60% хозяйствующих субъектов Украины и работают 35% занятых трудящихся в экономике. Разработана система показателей для оценки развития предпринимательства и обоснована взаимосвязь между динамикой выбранных показателей. При помощи коэффициента ранговой корреляции Спирмена оценен уровень эффективности развития предпринимательства в исследуемой сфере. Коэффициент Спирмена имеет позитивную динамику на протяжении 2015–2018 гг. в отличие от отрицательного в 2015 г., что свидетельствует о неэффективности процесса развития предпринимательства до 0,9 в 2018 г. и говорит о высокой эффективности происходящего процесса.

Ключевые слова: сфера услуг, предпринимательство, оценка развития, услуги населению, интегральная оценка, эффективность развития.

The development of services sector is a major factor of the development of the country's economy at the post-industrial stage. The article provides the assessment of the entrepreneurship development in the services sector. Taking into account almost limitless range of economic activities in the services sector, the activities that satisfy the following conditions were selected for assessment: the population is the consumer of the services provided; no restrictions for the business activity development. According to the State Statistics Service of Ukraine, nearly 60% of economic entities in Ukraine and 35% of workers employed in the economy are active in the defined services sector. The system of indicators for estimation of the entrepreneurship development has been developed, namely: the number of economic entities, the number of employees, the cost of staff, services sales, the net profit. Positive dynamics of these indicators is observed during 2014 – 2018, which indicates that there is a process of business development in the sector of services for population. The correlation between the dynamics of the selected indicators has been substantiated: the growth rate of the economic entities number should be greater than one, the growth rate of the employees number should be greater than the growth rate of the economic entities number, the growth rate of cost of staff should be greater than the growth rate of the employees number, the growth rate of services sales should be greater than the growth rate of cost of staff, the growth rate of net profit should be greater than the growth rate of services sales. The fulfillment of this dependence testifies to the effectiveness of the process of entrepreneurship development. The level of entrepreneurship development efficiency in the research area has been estimated with the use of Spearman's rank correlation coefficient. Spearman's coefficient has a positive trend during 2015-2018, namely: -0,1 in 2015, which indicates the inefficiency of the entrepreneurship development process, 0 in 2016 – the inefficient process, 0,3 in 2017 – the process is efficient, but the correlation between indicators is weak, 0,9 in 2018 – the process is highly effective with a strong correlation between indicators.

Key words: services sector, entrepreneurship, development assessment, services for population, integral assessment, development efficiency.

Постановка проблеми. Швидкий розвиток сфери послуг є найважливішим чинником зростання ВВП, головним механізмом забезпечення зайнятості та характерною рисою переходу країни в постіндустріальну стадію розвитку. Вона є привабливою для підприємців, оскільки деякі види діяльності, що відносяться до неї, практично не потребують великого стартового капіталу, інші у зв'язку з їх дефіцитністю дають змогу отримувати надприбутки. Без радикального підвищення ефективності цього сектору економіки шляхом стимулювання розвитку підприємницької діяльності говорити про перехід України до постіндустріальної стадії розвитку передчасно. Така ситуація зумовила вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку сфери послуг в Україні присвячено багато наукових публікацій, які стосуються різних аспектів, зокрема відзначимо такі: дослідження процесу розширення сфери послуг у вітчизняній економіці в контексті світових тенденцій постіндустріалізації [1]; формування системи забезпечення інноваційного розвитку підприємств сфери послуг, виявлення причин інноваційного розвитку та особливостей функціонування сучасних підприємств сфери послуг [2]; дослідження особливостей розроблення та побудови механізму стимулювання розвитку сфери обслуговування в умовах глобалізації [3]; дослідження місця та ролі сфери послуг

як чинника економічного зростання в Україні [4]; дослідження пріоритетних напрямів підвищення соціально-економічної ефективності функціонування підприємств сфери послуг в Україні, моніторинг розвитку ділової активності суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг [5]; аналіз динаміки фінансово-господарської діяльності підприємств сфери послуг України, дослідження основних проблем та тенденцій розвитку сервісних підприємств у сучасних умовах [6]; аналіз новітніх підходів до державного регулювання розвитку сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг в Україні [7; 8]. Разом із тим, на нашу думку, питанням інтегральної оцінки розвитку підприємництва у сфері послуг приділено недостатньо уваги.

Постановка завдання. Метою статті є проведення інтегральної оцінки розвитку підприємництва у сфері послуг для виявлення характеру тенденцій та розроблення рекомендацій щодо стимулювання позитивних та нівелювання негативних тенденцій. Для досягнення мети було визначено та вирішено такі завдання: сформовано та обґрунтовано систему показників для інтегральної оцінки розвитку підприємництва у сфері обслуговування; обґрунтовано вибір методики для проведення інтегральної оцінки розвитку підприємництва у сфері послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Послуга як вид діяльності знаходиться в нерозривному зв'язку з процесом надання або виконання цієї послуги, тобто обслуговуванням. Об'єктами обслуговування можуть бути фізичні та юридичні особи – населення та підприємства. Однак сферу послуг традиційно обмежують обслуговуванням населення. У цьому аспекті можна виділити дві групи послуг за характером їх споживання: виробниче споживання послуг, тобто послуги, що надаються юридичним особам – підприємствам; кінцеве споживання послуг, тобто послуги, які надаються фізичним особам – населенню. Останнє визначає роль послуг в економіці, оскільки на відміну від товарного обороту матеріальних ресурсів кінцеве споживання послуг потенційно значно перевищує їх виробниче споживання. Виходячи з вищевикладеного, для інтегральної оцінки розвитку підприємництва в сфері послуг ми вибрали види економічної діяльності, які відповідають умовам: споживачами є населення та на ринках цих послуг існують передумови для розвитку малого та мікропідприємництва, а саме:

- роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (за КВЕД 47);
- іншій пасажирський наземний транспорт (за КВЕД 49.3);
- тимчасове розміщення й організація харчування (за КВЕД, секція I);
- інформація і телекомунікації (за КВЕД, секція J);

- діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (секція N);
- освіта (за КВЕД, секція P);
- охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (за КВЕД, секція Q);
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (за КВЕД, секція R);
- надання інших видів послуг (за КВЕД, секція S).

Види економічної діяльності, які не увійшли у наведений список (наприклад, секція D «Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря»), не відповідають визначеним умовам. Ці види послуг переважно споживаються юридичними особами – підприємствами, а також ринки цих послуг є монополізованими та не мають передумов для розвитку малого та мікропідприємництва. Подальші дослідження та розрахунки будуть стосуватися сукупних показників для визначених видів економічної діяльності.

Розвиток підприємництва у будь-якій сфері економічної діяльності характеризується зростанням таких показників:

- кількість суб'єктів господарювання (КСГ);
 - кількість зайнятих працівників (КЗП).
- У статистиці розрізняють поняття «зайняті» та «наймані» працівники. Перший показник, окрім осіб, що працюють за трудовими договорами, включає власників підприємств, що зареєстровані як фізичні особи – підприємці;
- витрати на персонал (ВНП). Цей показник, окрім витрат на оплату праці, включає витрати на соціальні заходи. Ураховуючи специфіку діяльності у сфері послуг, ці два економічні елементи витрат будуть становить більшу частину доданої вартості, створеної суб'єктами господарювання;
 - обсяги реалізації послуг (ОРП). Однією з особливостей послуги як товару є неможливість створення запасів послуг, тому показники обсягів реалізації та обсягів виробництва є однаковими у цій сфері;
 - чистий прибуток (ЧП). Кінцевий фінансовий результат діяльності, який залишається у розпорядженні підприємства та може як споживатися, так і реінвестуватися власниками підприємства.

Державною службою статистики вибрані показники розраховуються за кожним видом економічної діяльності та разом по економіці України. Частку підприємств сфери обслуговування населення у цих показниках наведено в табл. 1.

Частка кількості суб'єктів господарювання досліджуваних видів діяльності у 2014–2018 рр. мала незначні коливання у межах 1%, але у цілому у цій сфері працює майже 60% усіх господарюючих суб'єктів України. Частка кількості зайнятих працівників протягом 2014–2018 рр. мала тенденцію до зростання і в 2018 р. становила майже 35% від кількості зайнятих працівників в економіці країни. У 2018 р. частка витрат на персонал становила

Таблиця 1

**Частка підприємств сфери обслуговування населення
в показниках розвитку підприємництва у 2014–2018 рр. (% до всього по економіці)**

№ з/п	Показники	Роки				
		2014	2015	2016	2017	2018
1.	Кількість суб'єктів господарювання	58,21	57,35	57,51	57,14	57,26
2.	Кількість зайнятих працівників	31,59	32,00	32,40	32,52	34,87
3.	Витрати на персонал	17,62	18,06	18,31	18,71	19,68
4.	Обсяг реалізованих послуг	14,95	14,22	14,05	13,41	14,10
5.	Чистий прибуток	x	X	x	5,60	8,73

Джерело: розраховано за даними [9]

Таблиця 2

**Динаміка показників розвитку підприємництва
у сфері обслуговування населення у 2014–2018 рр.**

Показник	Роки					Темпи зростання			
	2014	2015	2016	2017	2018	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017
Кількість суб'єктів господарювання (тис од.)	1125	1132	1072	1031	1053	1,01	0,95	0,96	1,02
Кількість зайнятих працівників (тис осіб)	2846	2666	2670	2690	3020	0,94	1,00	1,01	1,12
Витрати на персонал (млн грн)	70721	78057	87404	116046	155577	1,10	1,12	1,33	1,34
Обсяги реалізованих послуг (млрд грн)	688	812	966	1135	1430	1,18	1,19	1,17	1,26
Чистий прибуток (збиток) (млрд грн)	-61952	-45165	-8432	9453	25170	x	x	x	2,66

19,68% від загальних аналогічних витрат по економіці, обсяги реалізації послуг – 14,10% від усього обсягу реалізації продукції (робіт, послуг) по країні. У сфері послуг населенню у 2018 р. було сформовано 8,73% чистого прибутку вітчизняних підприємств. Це свідчить про величезне значення цього сектору економіки для розвитку країни.

Динаміку вибраних показників у 2014–2018 рр. наведено в табл. 2

Позитивна динаміка вибраних показників сама по собі свідчить про наявність процесу розвитку підприємницької діяльності, але для інтегральної оцінки розвитку підприємництва ці показники мають становити систему, тобто їх динаміка має знаходитися у певній залежності, яка характеризує ефективність процесу. Про ефективність свідчить така залежність між динамікою вибраних показників:

$$1 < t(\text{КСГ}) < t(\text{ЧЗП}) < t(\text{ВВП}) < t(\text{ОРП}) < t(\text{ЧП}), \quad (1)$$

де t – темпи зростання обраних показників.

Ця нерівність має економічну інтерпретацію та обґрунтування. Зростання кількості господарюючих суб'єктів свідчить про привабливість виду економічної діяльності для підприємців, тобто про наявність незадоволеного попиту та можливості отримати прибуток більший, ніж в іншій сфері діяльності.

Зростання чисельності зайнятих працівників більшими темпами, ніж кількості господарюючих

суб'єктів, свідчить про розширення діяльності окремих підприємств із сукупності досліджуваних. Домінування темпів зростання витрат на персонал над темпами зростання кількості зайнятих працівників свідчить про зростання заробітної плати та залучення більш кваліфікованого персоналу. Останнє є визначальним для сфери обслуговування населення, адже якість обслуговування клієнтів сервісного підприємства є головною конкурентною перевагою у цій сфері господарювання.

Зростання обсягів реалізації послуг більшими темпами, ніж витрати на персонал, є загальновідомим принципом господарювання. Ця залежність відповідає ситуації, коли продуктивність праці зростає більшими темпами, ніж заробітна плата персоналу.

Домінуючі темпи зростання чистого прибутку свідчать про зростання основного показника ефективності – рентабельності діяльності. Виходячи з вищевикладеного, виконання нерівності буде свідчити про те, що розвиток підприємництва є ефективним.

Оцінити рівень ефективності розвитку підприємства можна шляхом визначення коефіцієнта рангової кореляції Спірмена. Він легко інтерпретується й є наочним. Якщо коефіцієнт має позитивне значення, то процес розвитку можна характеризувати як ефективний, чим ближчий він до одиниці, тим вищий рівень ефективності

Значення коефіцієнта Спірмена для підприємств сфери послуг населенню

Вид діяльності	2015	2016	2017	2018
Підприємницька діяльність у сфері обслуговування населення	-0,1	0	0,3	0,9

розвитку. За значення коефіцієнта Спірмена рівному 1 процес розвитку можна оцінити як високоефективний. Якщо коефіцієнт дорівнює 0 або від'ємний, процеси, що відбуваються, оцінюються як неефективні.

Коефіцієнт кореляції рангів Спірмена (ρ) визначається за формулою:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}, \quad (2)$$

де $d = r_x - r_y$ – різниця рангів факторного та результативного показників; n – число парних спостережень.

Під час використання коефіцієнта рангової кореляції можна умовно оцінити міцність зв'язку між показниками. Значення коефіцієнта на рівні 0,3 і менше свідчить про слабку міцність зв'язку, значення від 0,4 до 0,7 – між показниками помірна міцність зв'язку, значення від 0,7 і більше – висока міцність зв'язку. Значення коефіцієнта Спірмена для підприємств сфери обслуговування населення наведено в табл. 3.

Протягом 2015–2018 рр. відбувається зростання коефіцієнта Спірмена: у 2015 р. – -0,1, що свідчить про неефективність процесу розвитку підприємницької діяльності; у 2016 р. – 0, процес неефективний; у 2017 р. – 0,3, процес є ефективним, але між показниками слабка міцність зв'язку; у 2018 р. – 0,9, процес характеризується як високоефективний, між показниками висока міцність зв'язку. Така динаміка пояснюється поступовим поліпшенням економічної ситуації в країні, підвищенням рівня життя населення, появою попиту на більший спектр послуг у населення.

Висновки з проведеного дослідження.

Розвиток сфери обслуговування сьогодні є одним із чинників та критеріїв переходу країни до постіндустріальної стадії розвитку. За всього різноманіття видів економічної діяльності у сфері послуг визначальною її частиною є діяльність із надання послуг населенню, в якій створено умови для розвитку підприємництва. Протягом 2014–2018 рр. динаміка показників розвитку підприємництва є позитивною, але в 2015 р. та 2016 р. процес розвитку визначається як неефективний, у 2017 р. – як ефективний, у 2018 р. – як високоефективний. Напрямом подальших досліджень у сфері послуг є вивчення інноваційного складника розвитку сфери послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жерновий Д.В. Сфера послуг як джерело економічного зростання в інноваційно-орієнтованій економіці. *Наука та наукознавство*. 2015. № 2. С. 86–94.
2. Серебряк К.І. Система забезпечення інноваційного розвитку підприємств сфери послуг. *Ефективна економіка*. 2016. № 3. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5228> (дата звернення: 15.01.2020).
3. Кусякова Ю.О., Саміло А.С. Удосконалення механізму стимулювання розвитку сфери послуг у національній економіці в умовах глобалізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2016. № 2. С. 68–75.
4. Лебеда Т.Б. Сфера послуг і економічна динаміка в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 5(168). С. 212–2017.
5. Олексін І.І. Пріоритетні напрями активізації діяльності підприємств сфери послуг в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2017. Вип. 53. С. 138–145.
6. Моргулець О.Б. Динаміка розвитку сфери послуг. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2015. № 1. С. 194–197.
7. Домбровська С.М., Баглик В.С. Державне регулювання розвитку сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія «Державне управління»*. 2019. № 1. С. 196–204.
8. Домбровська С.М., Баглик В.С. Державна політика формування сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 10. С. 105–108.
9. Державна служба статистики України. 1998–2020. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.01.2020).

REFERENCES:

1. Zhernovyy D.V. Sfera posluh yak dzherelo ekonomichnoho zrostannya v innovatsiyno-oriyentovaniy ekonomitsi [Services as a source of economic growth in an innovation-oriented economy]. *Nauka ta naukoznavstvo:mizhnarodnyy naukovyy zhurnal*. 2015, no. 2, pp.86-94. (in Ukrainian)
2. Serebryak K.I. Systema zabezpechennya innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstv sfery posluh [The system of providing innovative development of service companies]. *Efektivna ekonomika:elektronne fakhove vydannya*. 2016, no. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5228> (accessed 15 January 2020) (in Ukrainian)

3. Kusakova YU.O., Samilo A.S. Udoshonalennya mekhanizmu stymulyuvannya rozvytku sfery posluh u natsional'niy ekonomitsi v umovakh hlobalizatsiyi [Improving the mechanism of stimulating the development of services in the national economy in the context of globalization]. *Ekonomichnyy visnyk Natsional'noho hirnychoho universytetu: naukovyy zhurnal*. 2016, no. 2, pp. 68-75. (in Ukrainian)

4. Lebeda T.B. Sfera posluh i ekonomichna dynamika v Ukrayini [Services and economic dynamics in Ukraine]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini: zbirnyk naukovykh prats'*. 2015, no. 5 (168), pp. 212-217. (in Ukrainian)

5. Oleksin I.I. Priorytetni napryamky aktyvizatsiyi diyal'nosti pidpryyemstv sfery posluh v Ukrayini [Priority directions of activization of activity of the enterprises of sphere of services in Ukraine]. *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu: zbirnyk naukovykh prats'*. 2017, vol. 53, pp. 138-145. (in Ukrainian)

6. Morhulets' O.B. Dynamika rozvytku sfery posluh [Dynamics of services development]. *Naukovyy visnyk*

Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: «Ekonomika i menedzhment»: zbirnyk naukovykh prats'. 2015, no. 1, pp. 194-197. (in Ukrainian)

7. Dombrovs'ka S.M., Bahlyk V.S. Derzhavne rehulyuvannya rozvytku servisno-oriyentovanoi ekonomiky sfery posluh [State regulation of development of service-oriented economy of services]. *Visnyk Natsional'noho universytetu tsyvil'noho zakhystu Ukrayiny*. Seriya: Derzhavne upravlinnya. 2019, no. 1, pp. 196-204. (in Ukrainian)

8. Dombrovs'ka S.M., Bahlyk V.S. Derzhavna polityka formuvannya servisno-oriyentovanoi ekonomiky sfery posluh [State policy of forming a service-oriented economy of the service sector]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2019, no. 10, pp. 105-108. (in Ukrainian)

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [State Statistics Service of Ukraine]. Kyiv: Derzhstat Ukrayiny. 1998-2020, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 January 2020) (in Ukrainian).

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

THE GENERAL TRENDS OF DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF UKRAINE

УДК 338.4

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-23>**Бурлан С.А.**

к.е.н., доцент,
професор кафедри обліку та аудиту
Чорноморський національний
університет імені Петра Могили

Каткова Н.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку
і економічного аналізу
Національний університет
кораблебудування імені адмірала
Макарова

Циганова О.С.

к.е.н., старший викладач кафедри
обліку і економічного аналізу
Національний університет
кораблебудування імені адмірала
Макарова

Burlan Svitlana

Petro Mohyla Black Sea
National University

Katkova Natalia

Admiral Makarov National University
of Shipbuilding

Tsyhanova Olexandra

Admiral Makarov National University
of Shipbuilding

У статті проведено аналіз діяльності та визначення загальних тенденцій розвитку підприємств машинобудування України. Досліджено динаміку кількості великих, середніх та малих машинобудівних підприємств та їх питомої ваги в загальній кількості підприємств промисловості України; кількості працівників машинобудівних підприємств та їх частки в загальній кількості працівників всіх промислових підприємств України; обсягу машинобудівних виробництв та їх частки у загальному обсязі випуску промислової продукції України; індексів продукції машинобудування; обсягів та питомої ваги виробництва та реалізації продукції машинобудування в загальному обсязі виготовленої та реалізованої промислової продукції. На основі проаналізованих даних зроблено висновок про здатність адаптації машинобудівних підприємств до ринкових та політичних змін, які спричинили кризу 2014 р. При цьому вони залишаються неспроможними технічно переозброювати промисловість України кожні 10 років, що є основною причиною її відставання за технічним рівнем від промислово розвинутих країн.

Ключові слова: промисловість, підприємства машинобудування, аналіз діяльності, тенденції розвитку, динаміка, питома вага, індекси.

В статье проведен анализ деятельности и определены общие тенденции

развития предприятий машиностроения Украины. Исследована динамика количества крупных, средних и малых машиностроительных предприятий и их удельного веса в общем количестве предприятий промышленности Украины; количества работников машиностроительных предприятий и их доли в общем количестве работников всех промышленных предприятий Украины; объема машиностроительных производств и их доли в общем объеме выпуска промышленной продукции Украины; индексов продукции машиностроения; объемов и удельного веса производства и реализации продукции машиностроения в общем объеме произведенной и реализованной промышленной продукции. На основе проанализированных данных сделан вывод о способности адаптации машиностроительных предприятий к рыночным и политическим изменениям, которые привели к кризису 2014 г. При этом они не способны технически перевооружать промышленность Украины каждые 10 лет, что является основной причиной ее отставания по техническому уровню от промышленно развитых стран.

Ключевые слова: промышленность, предприятия машиностроения, анализ деятельности, тенденции развития, динамика, удельный вес, индексы.

The article analyzes the activity and determination of general tendencies of development of machine-building enterprises of Ukraine. The dynamics of the number of large, medium and small machine-building enterprises and their share in the total number of enterprises of the Ukrainian industry have been investigated; the number of employees of machine-building enterprises and their share in the total number of employees of all industrial enterprises of Ukraine; shares of machine-building industries in the total output of industrial products of Ukraine; the share of manufactured engineering products; machine production indices; share of sold mechanical engineering products in the total volume of industrial products sold. It showed that in 2013 and 2018 the share of machine-building enterprises in the total number of industrial enterprises of Ukraine was 5.5%, and in 2014 it decreased to 4.9% (or 10.9%). The number of employees of machine-building enterprises decreased by 27.7% in the analyzed period 2013-2018. In 2018, 15.4% of the total number of employees of all industrial enterprises of Ukraine were employed at machine-building enterprises. The share of machine-building industries in the total industrial output of Ukraine decreased from 11% in 2013 to 8.2% in 2018 (or 25.5%). The largest share among the products of mechanical engineering was occupied by machinery and equipment in 2015-2016, as well as motor vehicles, trailers, semi-trailers, etc. (in 2013-2014 and 2017-2018). In 2014, production of all types of mechanical engineering declined by 12.9% compared to 2013, but for the period 2015-2018 it increased by 88.7%. The largest demand for mechanical engineering products was in motor vehicles, trailers and semi-trailers and other vehicles, as well as machinery and equipment. Based on the analyzed data, it is concluded that the ability of machine-building enterprises to adapt to the market and political changes that led to the 2014 crisis. At the same time, they remain unable to technically re-equip the Ukrainian industry every 10 years, which is the main reason for its lagging behind in terms of technical level from industrialized countries.

Key words: industry, machine-building enterprises, activity analysis, development trends, dynamics, share, index.

Постановка проблеми. На сучасному етапі в кожній країні світу однією з провідних галузей промисловості є машинобудування. Упродовж останніх десятиліть машинобудівний комплекс України не можна характеризувати як стійкий та конкурентоспроможний, тому що його підприємства мають низку невирішених проблем, серед яких – низька конкурентоспроможність продукції, високий рівень зносу основних виробничих засобів, недостатня кількість оборотних коштів, відсутність технічного переоснащення, низька продуктивність праці,

дефіцит кваліфікованих кадрів, недостатність фінансування інноваційної діяльності тощо. Разом із тим ефективність функціонування машинобудівного комплексу впливає на інші економічні галузі країни, тому актуальним залишається дослідження стану і тенденцій розвитку машинобудування в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості функціонування підприємств машинобудівної галузі України та стан машинобудування у цілому на сучасному етапі вивчалися низкою

науковців, таких як: О.І. Гончар [1], К.Л. Нетудихата [2], Д.В. Василенко [3], Р.А. Муха [4], А.Ю. Погребняк, Т.Ю. Хоменко [5], О.П. Кавтиш, А.Ю. Погребняк [6], Ю.В. Короткий [7], Н.Г. Пігуль, Є.І. Пігуль [8], Х.О. Мандзіновська [9] та ін. Водночас постійні зміни в оточуючому політичному та ринковому середовищі, інтеграційні процеси до світової економіки актуалізують дослідження показників діяльності машинобудівних підприємств із метою визначення перспектив подальшого розвитку галузі.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка діяльності та визначення загальних тенденцій розвитку машинобудівних підприємств України. Дослідження передбачає визначення динаміки кількості великих, середніх та малих машинобудівних підприємств та їх питомої ваги в загальній кількості підприємств промисловості України; кількості працівників машинобудівних підприємств та їх частки в загальній кількості працівників усіх промислових підприємств України; обсягів та частки машинобудівних виробництв у загальному обсязі випуску промислової продукції України; індексів продукції машинобудування; обсягів та питомої ваги виробництва та реалізації продукції машинобудування в загальному обсязі виготовленої та реалізованої промислової продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Провідну роль у забезпеченні зростання економіки країни відіграє промисловість, яка є основою для створення науково-технічного, економічного і соціального прогресу. Вітчизняне машинобудування є складовою частиною промисловості і фундаментом економічного потенціалу країни, від рівня ефективності діяльності підприємств якої залежить стан соціально-економічного розвитку України. Машинобудівний комплекс України охоплює понад 20 спеціалізованих галузей. Залежно від того, на який ринок орієнтована продукція, що випускається підприємствами машинобудування, їх умовно об'єднано в п'ять груп: інвестиційне (важке) машинобудування (металургійний, будівельний, енергетичний і транспортний комплекси); тракторне і сільськогосподарське машинобудування; залізничне машинобудування; автомобільна промисловість; електротехніка, приладобудування, верстатобудування.

Машинобудування є багатогалузевим комплексом, який складається за класифікацією КВЕД із:

- виробництва комп'ютерів, електронної та оптичної продукції;
- виробництва електричного устаткування;
- виробництва машин і устаткування, не віднесені до інших угруповань;
- виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів.

У 2018 р. машинобудування України об'єднувало 6 969 підприємств, з яких 25 – великих, 738 – середніх та 6 206 – малих.

За період 2013–2017 рр. мала місце тенденція до постійного та значного зниження кількості великих машинобудівних підприємств – від 46 од. до 17 од., або на 63%. У 2018 р. їх кількість збільшилася до 25 од., або на 47%, порівняно з 2017 р. (рис. 1).

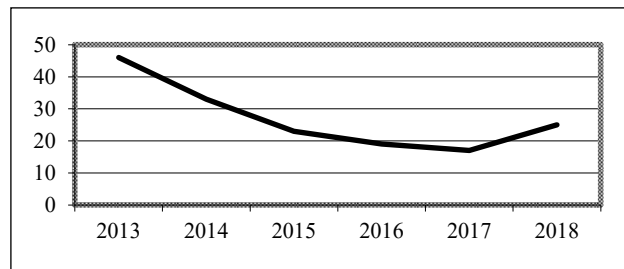


Рис. 1. Динаміка кількості великих підприємств машинобудування (од.)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Кількість середніх підприємств машинобудування зменшувалася у період 2013–2016 рр. на 20,6% (з 904 до 718 од.), але в 2017 р. спостерігалось їх зростання до 738 од., або на 2,8%, порівняно з 2016 р., у результаті чого за період 2013–2017 рр. зменшення середніх підприємств становило 18,4%. У 2018 р. їх кількість не змінилася (рис. 2).

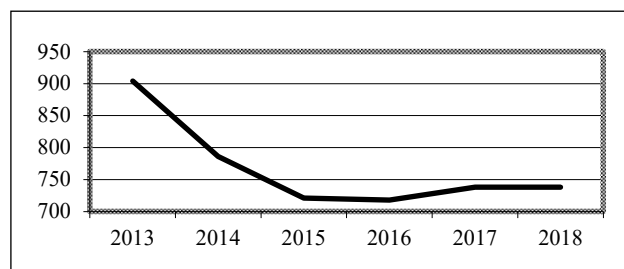


Рис. 2. Динаміка кількості середніх підприємств машинобудування (од.)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Кількість малих машинобудівних підприємств зросла з 5 774 од. у 2013 р. до 6 206 од. у 2018 р., або на 7,5%, незважаючи на кризові ринкові та політичні ситуації в Україні у цей період (рис. 3).

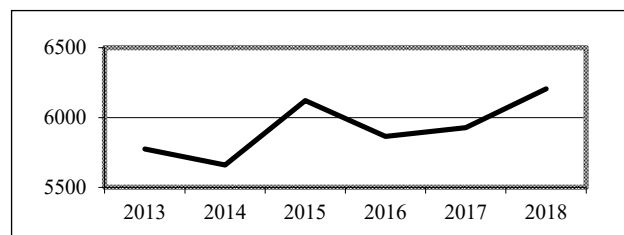


Рис. 3. Динаміка кількості малих підприємств машинобудування (од.)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Питома вага машинобудівних підприємств у загальній кількості підприємств промисловості України коливалася в діапазоні від 4,9% (у 2014 р.) до 5,5% (у 2013 р. та 2018 р.). У 2014 р. спостерігалось зниження питомої ваги машинобудівних підприємств на 10,9% порівняно з 2013 р., а в 2015–2018 рр. відбулося її зростання на 12,2% відносно 2014 р. (рис. 4).

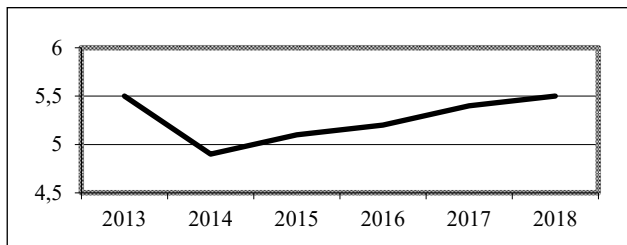


Рис. 4. Динаміка питомої ваги машинобудівних підприємств у загальній кількості підприємств промисловості (%)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

У 2018 р. на підприємствах машинобудування було зайнято 15,4% працюючих від загальної кількості працівників усіх промислових підприємств України (табл. 1).

За період 2013–2018 рр. питома вага працюючих у машинобудуванні коливалася то в бік зростання, то в бік зниження. Найбільший показник (16,4%) мав місце у 2014 р., а найменший (15,2%) – у 2016 р. Водночас кількість працівників машинобудівних підприємств за аналізований період постійно зменшувалася, з 492,8 тис осіб у 2013 р. до 356,2 тис осіб у 2018 р., або на 27,7% (рис. 5).

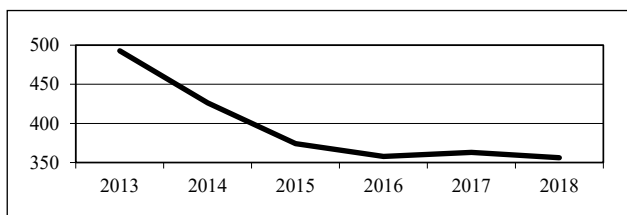


Рис. 5. Динаміка кількості зайнятих працівників на машинобудівних підприємствах (тис осіб)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

В економічно розвинених країнах частка машинобудівних виробництв становить від 30% до 50% загального обсягу випуску промислової продукції,

що забезпечує технічне переозброєння всієї промисловості кожні 8–10 років. Частка машинобудування в структурі промисловості України за період 2013–2017 рр. знизилась з 11% до 8%, або на 27,3%, а в 2018 р. відбулося її зростання до 8,2%, або на 2,6%. Очевидно, що в Україні цей показник навіть у відносних величинах у чотири рази менший світового рівня, що є основною причиною відставання української промисловості за технічним рівнем від промислово розвинутих країн.

У 2013–2014 рр. найбільшу питому вагу у продукції машинобудування займає виробництво автотранспортних засобів, причепів тощо (4,8% та 3,6% відповідно). У 2015 р. виробництво машин та устаткування досягло того ж рівня, що й автотранспортне виробництво, і становило 3,1% у загальному промисловому виробництві, а в 2017–2018 рр. – 2,9%. За всіма напрямками машинобудування у період 2013–2017 рр. спостерігався спад питомої ваги, а в 2018 р. відбулося зростання питомої ваги виробництва комп'ютерів, електронної та оптичної продукції на 16,5% та електричного устаткування – на 13,3% (інші види виробництва залишилися на рівні 2017 р.).

У 2014 р. відбувався спад виробництва всіх видів машинобудування, а з 2015 р. почалося зростання: виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, електричного устаткування та інших машин й устаткування у 2018 р. зросло у два рази порівняно з 2014 р., виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів – на 71,1% (рис. 6).

Протягом 2013–2018 рр. спостерігалось коливання обсягів виробництва продукції машинобудівних підприємств: у 2014 р. був спад на 12,9% порівняно з 2013 р., але вже у 2015 р. обсяг виробництва досягнув рівня 2013 р. і надалі зростав – у 2018 р. на 88,7% порівняно з 2014 р. (рис. 7).

Індекс машинобудівної продукції характеризує зміну маси виготовленої продукції (у грошовому виразі) у поточному періоді порівняно з базисним і показує підйом або спад обсягу машинобудівного виробництва. За період 2013–2018 рр. індекси продукції машинобудування зменшилися в 2014 р. з 86,4% до 79,4%, або на 8,1% порівняно з 2013 р. та в 2018 р. – зі 107,9% до 101,6%, або на 5,8% порівняно з 2017 р. Протягом 2014–2017 рр. спостерігалось зростання індексів на 35,9% (рис. 8).

Таблиця 1

Аналіз кількості зайнятих працівників на машинобудівних підприємствах

Показник	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Промисловість, тис осіб	3103,7	2606,3	2417,8	2351,5	2334,3	2317,6
Машинобудування, тис осіб	492,8	426,2	374,3	357,8	363,1	356,2
Питома вага кількості працюючих на машинобудівних підприємств до зайнятих в промисловості у цілому, %	15,9	16,4	15,5	15,2	15,6	15,4

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

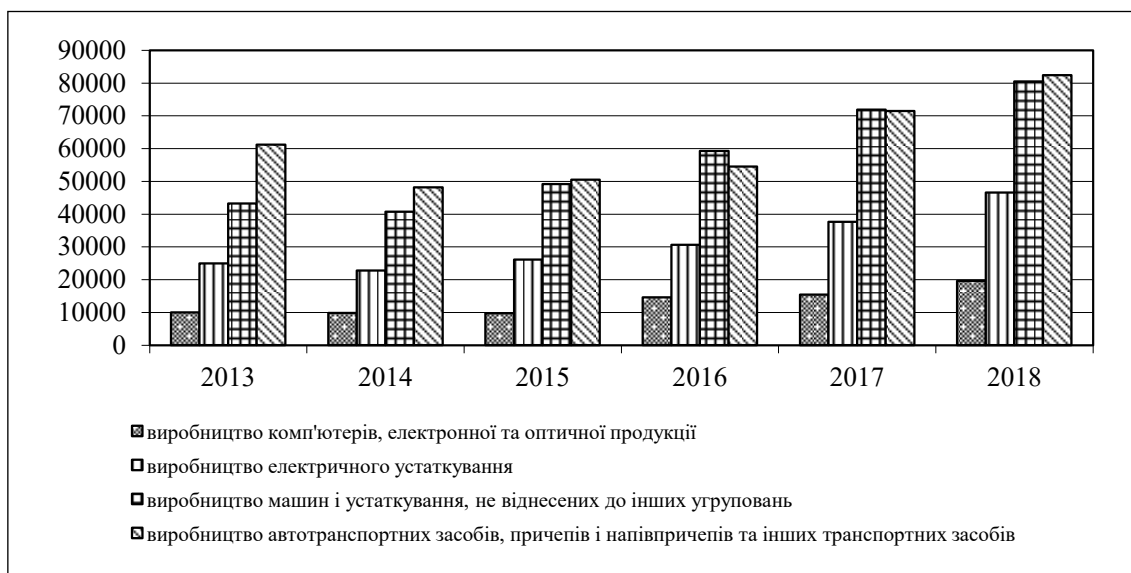


Рис. 6. Динаміка обсягів виготовленої продукції машинобудування за видами (млн грн)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

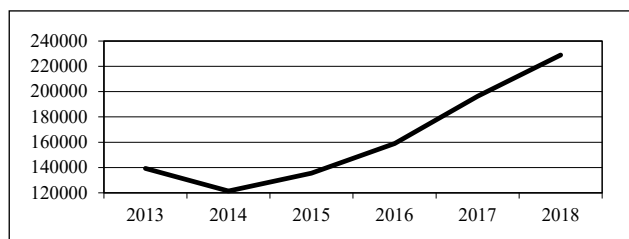


Рис. 7. Динаміка обсягів виготовленої продукції машинобудівними підприємствами (млн грн)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

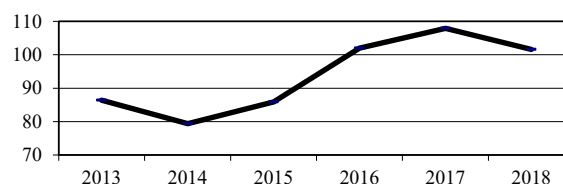


Рис. 8. Динаміка індексів продукції на підприємствах машинобудування (%)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Індекси виробництва комп'ютерної, електронної та оптичної продукції знижувалися протягом 2013–2015 рр. з 86% до 71,3%, або на 17,1%; у 2016 р. відбулося стрімке зростання до 124,2%, або на 74,2 % порівняно з 2015 р.; протягом 2017–2018 рр. спостерігається спад до 99,7%, або на 19,7%. Індекси виробництва електричного устаткування збільшувалися у 2014 р. з 91,1% до 100,9% та в 2016 р. з 89,8% до 100,9%, або на 10,8% та 12,4% відповідно відносно попередніх років, а протягом 2017–2018 рр. відбулося зниження до 82,5%, або на 18,2% відносно 2016 р. Індекси виробництва машин і устаткування знижувалися впродовж 2013–2015 рр. з 93,5% до 87,5%, або на 6,4%; протягом 2016–2017 рр. – зростали до 106,6%, або на 21,8% порівняно з 2015 р., а в 2018 р. відбулося зниження до 103,3%, або на 3,1%. Індекси виробництва автотранспортних засобів зростали у 2013–2015 рр. з 89,3% до 118,6%, або на 32,8%, у 2016 р. відбулося зниження на 16,4%, у 2017 р. – зростання на 13,4% і в 2018 р. – знову зниження на 4,9%. Індекси виробництва інших транспортних засобів знизилися у 2014 р. на 23,6%, протягом

2015–2017 рр. – зросли до значення 116,8%, або на 95% відносно 2014 р., а в 2018 р. знову знизилися на 5,1%. Отже, 2018 р. характеризувався спадом виробництва всіх видів машинобудівної продукції та галузі у цілому (рис. 9).

Питома вага реалізованої машинобудівної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції за 2013–2016 рр. знижувалася з 8,6% до 6,1%, або на 29,1%, а протягом 2017–2018 рр. зросла до 6,9%, або на 13,1%. Обсяг реалізованої продукції у 2014 р. знизився до 101 924,7 млн грн, або на 10,5% порівняно з 2013 р., а потім спостерігалось його зростання до 207 204,1 млн грн у 2018 р., або на 103,3% порівняно з 2014 р. (рис. 10).

Серед машинобудівної продукції найбільший попит у 2013–2014 рр. та 2017–2018 рр. мали автотранспортні засоби, причепи і напівпричепи та інші транспортні засоби, а протягом 2015–2016 рр. найчастіше реалізовувалися машини та устаткування. Водночас у 2013 р. спостерігалось зменшення обсягу реалізованої продукції машинобудування за всіма її видами: автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та

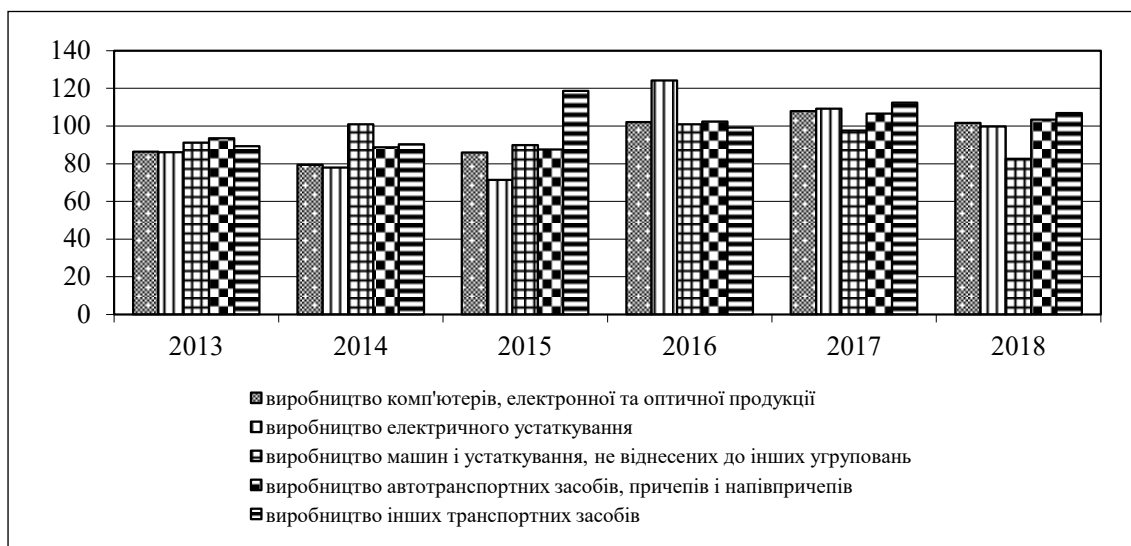


Рис. 9. Динаміка індексів продукції машинобудування (%)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

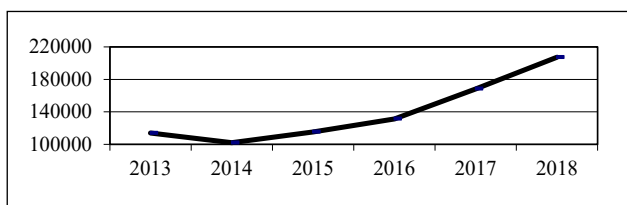


Рис. 10. Динаміка обсягу реалізованої продукції на машинобудівних підприємствах (млн грн)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

інших транспортних засобів – на 31,7% (найбільше зниження), електричного устаткування – на 1,4% (найменше зниження). Незначне поліпшення відбулося в 2014 р.: зросла реалізація комп'ютерів,

електронної та оптичної продукції на 8,3% порівняно з 2013 р., а реалізація інших видів машинобудівної продукції продовжувала зменшуватися. У період 2015–2018 рр. обсяги реалізації всіх видів машинобудівної продукції зростали. Так, у 2015 р. найбільший попит був на машини і устаткування – їх обсяг реалізації зріс на 25,3% порівняно з 2014 р.; у 2016 р. найбільше зросла реалізація комп'ютерів – на 41% порівняно з 2015 р., у 2017 р. – автотранспортних засобів – на 46% порівняно з 2016 р.; у 2018 р. лідером продажу було електричне устаткування (його обсяг продаж зріс на 29% порівняно з 2017 р.) (рис. 11).

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз діяльності підприємств машинобудування



Рис. 11. Динаміка обсягу реалізованої машинобудівної продукції за видами (млн грн)

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

за період 2013–2018 рр. показав, що питома вага машинобудівних підприємств у загальній кількості підприємств промисловості України коливалася в діапазоні від 4,9% до 5,5%. У 2018 р. на підприємствах машинобудування було зайнято 15,4% працюючих від загальної кількості працівників усіх промислових підприємств України. Кількість працівників машинобудівних підприємств за період 2013–2018 рр. зменшилася на 27,7%. Частка машинобудівних виробництв у 2018 р. становила 8,2% до загального обсягу випуску промислової продукції України (відбулося зниження з 11% у 2013 р.). Найбільшу питому вагу серед продукції машинобудування займали машини й устаткування, а також автотранспортні засоби, причеми, напівпричеми тощо. У 2014 р. відбувався спад виробництва всіх видів машинобудування, а з 2015 р. почалося його зростання. Індекси продукції машинобудування знижувалися в 2014 р. та в 2018 р. порівняно з попередніми роками, а протягом 2014–2017 рр. відбувалося їх зростання. Питома вага реалізованої машинобудівної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції за 2013–2016 рр. знижувалася з 8,6% до 6,1%, а протягом 2017–2018 рр. зросла до 6,9%. Серед машинобудівної продукції найбільший попит у 2013–2014 рр. та 2017–2018 рр. мали автотранспортні засоби, причеми і напівпричеми та інші транспортні засоби, а протягом 2015–2016 рр. найчастіше реалізовувалися машини та устаткування. Отже, для машинобудування України кризовим був 2014 р., після якого, адаптувавшись до ринкових та політичних змін, спостерігалось поліпшення показників діяльності машинобудівних підприємств та галузі у цілому. Але частка машинобудування в структурі промисловості України в чотири рази менше світового рівня, що є основною причиною неспроможності технічного переозброєння всієї промисловості кожні 10 років та відставання української промисловості за технічним рівнем від промислово розвинутих країн.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гончар О.І. Оцінювання динаміки розвитку потенціалу машинобудівних підприємств України у контексті інтеграційних процесів. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2015. № 1(83). С. 25–35. URL : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/185/1/v83_p025-035.pdf (дата звернення: 27.01.2020).
2. Нетудихата К.Л. Фінансова стійкість машинобудівних підприємств України на сучасному етапі розвитку економіки. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 15. С. 167–173. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/28.pdf (дата звернення: 27.01.2020).

3. Василенко Д.В. Підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. № 22. Ч. 1. С. 43–50. URL : <http://dSPACE.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/427/1/9.pdf> (дата звернення: 26.01.2020).

4. Муха Р.А. Сучасний стан діяльності підприємств машинобудування. *Інноваційна економіка*. 2011. № 2. С. 47–51. URL : <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/6498/1/5%20сучасний%20стан%20діяльності%20підприємств%20машинобудування.pdf> (дата звернення: 28.01.2020).

5. Погребняк А.Ю., Хоменко Т.Ю. Аналіз діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування в умовах післякризового відновлення. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 170–175. URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108666> (дата звернення: 24.01.2020).

6. Кавтиш О.П., Погребняк А.Ю. Аналіз динаміки кризових явищ на підприємствах машинобудування. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 180–187. URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80118> (дата звернення: 28.01.2020).

7. Короткий Ю.В. Машинобудівна промисловість України: здобутки та перспективи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 11. С. 117–120. URL : <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/11-2015/27.pdf> (дата звернення: 25.01.2020).

8. Пігуль Н.Г., Пігуль Є.І. Сучасний стан та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. С. 444–448. URL : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/68.pdf (дата звернення: 29.01.2020).

9. Мандзіновська Х.О. Комплексний підхід до аналізу та оцінки фінансово-економічної діяльності підприємств машинобудування. *Бізнес Інформ*. 2015. № 2. С. 156–161. URL : http://www.business-inform.net/pdf/2015/2_0/156_161.pdf (дата звернення: 28.01.2020).

10. Сайт Державної служби статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html (дата звернення: 30.01.2020).

REFERENCES:

1. Gonchar O. I. (2015) Otsinyuvannya dynamiky rozvytku potentsialu mashynobudivnykh pidpryyemstv Ukrayiny u konteksti intehratsiynykh protsesiv [Assessment of dynamics of development of potential of machine-building enterprises of Ukraine in the context of integration processes]. *Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design*, no. 1

(83), pp. 25-35. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/185/1/v83_p025-035.pdf (accessed 27 January 2020).

2. Netudihata K. L. (2018) Finansova stiykist' mashynobudivnykh pidpryyemstv Ukrayiny na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky. Infrastruktura rynku [Financial stability of machine-building enterprises of Ukraine at the present stage of economic development]. *Market infrastructure*, no. 15, pp. 167-173. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/28.pdf (accessed 27 January 2020).

3. Vasilenko D. V. (2012) Pidvyshchennya efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstv mashynobuduvannya [Improving the efficiency of machine-building enterprises]. *Scientific papers of Kirovograd National Technical University. Economic sciences*, no. 22, part 1, pp. 43-50. Available at: <http://dSPACE.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/427/1/9.pdf> (accessed 26 January 2020).

4. Muha R. A. (2011) Cuchasnyy stan diyal'nosti pidpryyemstv mashynobuduvannya [Current state of activity of mechanical engineering enterprises]. *Innovative economy*, no. 2, pp. 47-51. Available at: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/6498/1/5%20сучасний%20стан%20діяльності%20підприємств%20машинобудування.pdf> (accessed 28 January 2020).

5. Pogrebnyak A. Yu., Khomenko T. Yu. (2017) Analiz diyal'nosti pidpryyemstv sil's'kohospodars'koho mashynobuduvannya v umovakh pislyakryzovoho vidnovlennya [Analysis of activity of agricultural machinery enterprises in the conditions of post-crisis recovery]. *Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*, no. 14, pp. 170-175. Available at: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108666> (accessed 24 January 2020).

6. Kavtish O. P., Pogrebnyak A. Yu. (2016) Analiz dynamiky kryzovykh yavlyshch na pidpryyemstvakh mashynobuduvannya [Analysis of the dynamics of crisis phenomena in machine-building enterprises]. *Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*, no. 13, pp. 180-187. Available at: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80118> (accessed 28 January 2020).

7. Korotkyy YU. V. (2015) Mashynobudivna promyslovis't' Ukrayiny: zdotuky ta perspektyvy [Machine-building industry of Ukraine: achievements and prospects]. *Scientific Bulletin of International Humanities University*, no. 11, pp. 117-120. Available at: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/11-2015/27.pdf> (accessed 25 January 2020).

8. Pigul N. G., Pigul E. I. (2018) Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrayiny [The current state and prospects of development of machine-building complex of Ukraine]. *Economy and society*, no. 15, pp. 444-448. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/68.pdf (accessed 29 January 2020).

9. Mandzinovska Kh. O. (2015) Kompleksnyy pidkhid do analizu ta otsinky finansovo-ekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv mashynobuduvannya [A comprehensive approach to the analysis and evaluation of financial and economic activity of mechanical engineering enterprises]. *Business Inform*, no. 2, pp. 156-161. Available at: http://www.business-inform.net/pdf/2015/2_0/156_161.pdf (accessed 28 January 2020).

10. Website of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html (accessed 30 January 2020).

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АВІАПІДПРИЄМСТВА: СТРУКТУРНИЙ ПІДХІД

THE FORMATION OF AVIATION ENTERPRISES' HUMAN RESOURCES: A STRUCTURAL APPROACH

УДК 331.005.96:656.7

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-24>

Вовк О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
повітряного транспорту
Національний авіаційний університет

Панчозна Т.М.

студентка
Національний авіаційний університет

Сірівля Т.О.

студентка
Національний авіаційний університет

Vovk OIha

National Aviation University

Panchoshna Tetiana

National Aviation University

Sirivlya Tetiana

National Aviation University

У статті розглянуто теоретичний базис трактування поняття «кадровий потенціал». Потенціалоутворюючими чинниками формування кадрового потенціалу авіапідприємств є нарощування обсягів авіаційних послуг на вітчизняному авіатранспортному ринку, створення нових компетенцій, планування витрат на підвищення кваліфікації кадрів для обов'язкового виконання міжнародних вимог щодо забезпечення необхідного рівня авіаційної безпеки і безпеки польотів. Авторське бачення структури кадрового потенціалу полягає у залученні всіх доступних ресурсів і можливостей (кадрових, фінансових, матеріальних, інформаційних, нематеріальних) до процесу формування і розвитку професійних компетенцій працівників авіапідприємства. Структурний підхід до формування кадрового потенціалу розглядає роль не лише працівників у формуванні професійних характеристик, а й у залученні всіх наявних управлінських ресурсів, визначає їх роль та системоутворюючий вплив на конкурентоспроможність авіапідприємства.

Ключові слова: кадровий потенціал, авіапідприємство, формування, структурний підхід, ресурси, можливості, компетенції.

В статье рассмотрен теоретический базис трактовки понятия «кадровый потен-

циал». Факторами формирования кадрового потенциала авиапредприятий являются наращивание объемов авиационных услуг на отечественном авиатранспортном рынке, создание новых компетенций, планирование расходов на повышение квалификации кадров для обязательного выполнения международных требований по обеспечению необходимого уровня авиационной безопасности и безопасности полетов. Авторское видение структуры кадрового потенциала заключается в привлечении всех доступных ресурсов и возможностей (кадровых, финансовых, материальных, информационных, нематериальных) к процессу формирования и развития профессиональных компетенций работников авиапредприятия. Структурный подход к формированию кадрового потенциала рассматривает роль не только работников в формировании профессиональных характеристик, а и в привлечении всех имеющихся управленческих ресурсов, определяет их роль и системообразующее влияние на конкурентоспособность авиапредприятия.

Ключевые слова: кадровый потенциал, авиапредприятие, формирование, структурный подход, ресурсы, возможности, компетенции.

The article considers the theoretical basis of the interpretation of the concept "human resources." There is a description of trends in the development of aviation enterprises and state staffing. The authors noted that there is a requirement for human capacity building in the conditions of dynamic development and growth of aviation services in the domestic air transport market. Modern scientific study of the formation processes of human resources in the aviation enterprises in the context of the dynamic growth of the aviation market remain poorly explored and requires clarification of features of individual components. The formation of modern professional personnel characteristics of the airline requires a resource cost and it is mandatory for compliance with international requirements to ensure the required level of aviation security and safety. Structuring components in the formation of human resources in the described conditions is an instrument of airlines' strategic management. Authors think that the formation of enterprises' human resources is a process of accumulation and improvement of resource base, creation of prerequisites for increase of quality of the resources for development possibilities that, while synergy interaction in the system of strategic enterprise management is, form new economic opportunities for expansion and implementation of human resource capacity. In this case we assume that the human resources of the aviation enterprise is a set of resources and capabilities that are brought to the management of aviation personnel and the formation of competencies; qualitative and quantitative professional characteristics of human resources that determine the level of productivity, the ability to increase their skills and individual potential of the employee motivation to the development of the airline. The author's vision of the resource composition of human resources is to attract all available resources and capacities (human, financial, material, informational, intangible) to the process of formation and development of professional competences of the employees of the airline. A structural approach to formation of personnel potential considers not only the role of workers in development of professional characteristics, but also in bringing all the existing controls and determine their role and strategic impact on the competitiveness on the market of aviation services.

Key words: human resources, company formation, structural approach, resources, capabilities, competence.

Постановка проблеми. Управління процесами формування і нарощування кадрового потенціалу підприємства постійно знаходиться в ареалі актуальних досліджень, оскільки людина – це рушій розвитку будь-якої економічної системи. В умовах динамічного розвитку та нарощування обсягів авіаційних послуг на вітчизняному авіатранспортному ринку виникають потреби у формуванні кадрового потенціалу, зумовлені тривалою економічною кризою, що за кінець XIX – початок XX ст. майже мінімізувала кількість та кваліфікацію фахівців-авіаторів. В умовах конкурентного ринку авіаційних перевезень спостерігається пошук нових підходів до визначення

ключових фахових компетенцій, навчання і стажування, сертифікації персоналу і його професійного розвитку. Формування сучасних професійних характеристик персоналу авіапідприємства потребує витрат ресурсів і є обов'язковим для виконання міжнародних вимог до забезпечення необхідного рівня авіаційної безпеки та безпеки польотів. Таким чином, ключовою конкурентною перевагою авіапідприємства стає рівень розвитку його потенціалу і компетенції працівників. Структуризація складників під час формування кадрового потенціалу в описаних умовах виступає інструментом стратегічного управління авіапідприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних наукових публікаціях є багато авторських підходів і немає єдиного бачення у формалізації ключових положень теорій формування кадрового потенціалу підприємств. В обґрунтування основних положень формування кадрового потенціалу слід відзначити внесок таких науковців, як Т.В. Білорус [1], В.В. Смачило [2], І.М. Дашко [3], Л.Д. Гармідер [4], Г.М. Бойківська, Л.Г. Дончак [5].

В.Г. Алькема [6] у складі кадрового потенціалу транспортних підприємств, у контексті структуризації транспортного потенціалу країни, виділяє потенціал робочої сили та потенціал управління. Потенціал управління вміщує кваліфікаційний потенціал, компетентність менеджерів та потенціал організації транспортної системи країни. До кваліфікаційного потенціалу належать: освітній рівень, стаж, кваліфікація; до компетентності менеджерів – економічність та ефективність прийняття управлінських рішень. Даний підхід ґрунтується

на розгляді кадрового потенціалу робочої сили як основного ресурсу, яка формується в масштабах країни, але, на думку авторів, такий підхід доцільно застосовувати до трактувань трудового потенціалу.

Узагальнення структуризації кадрового потенціалу підприємства показало відсутність єдиного підходу до визначення складників. Автори надають перевагу ресурсному та функціональному підходам до визначення складників та управління ними. Так, до авторів ресурсних підходів можемо віднести Н.С. Краснокутську, О.М. Скібіцького, Т.В. Білорус [7]. Інші дослідники (О.Д. Гладка, Р.Я. Жеребйов, Я.І. Жеребйов, М. Лаврищева, У.Б. Галицька) стали прибічниками функціонального підходу, що виділяє складники кадрового потенціалу за рівнями підпорядкованості персоналу [7].

Постановка завдання. Сучасні наукові дослідження процесів формування кадрового потенціалу авіапідприємств в умовах динамічного зростання ринку авіаційних послуг залишаються мало

Таблиця 1

Наукові підходи до опису процесу формування кадрового потенціалу підприємства

Автори	Принципи формування	Об'єкт управління	Джерела формування	Напрями формування
О.Д. Гладка, Р.Я. Жеребйов, М.В. Лаврищева	Сталого розвитку; системної взаємодії із зовнішнім середовищем; відповідальності й саморегулювання; комплексного використання інформаційних технологій; соціальної захищеності	Система формування, розподілу й використання кадрів	Персонал підприємств, множина характеристик системи управління кадрами та їх здатність до праці	Формування кадрової політики, вдосконалення механізмів інноваційного розвитку технологій управління кадрами організації
М.С. Авраменко	Багатоаспектність, безперервність, гнучкість, демократичність, довіра, економічність, єдність, ініціативність, комплексність, контроль, мотивація і стимулювання, організація умов праці, оцінка й атестація працівників, розвиток особистості, психологічна поведінка і сумісність, стабільність	Система управління персоналом	Дотримання та оперування керівниками правилами, нормами й основними положеннями, що являють собою принципи системи управління кадрами	Максимальне розкриття здібностей працівників та їх мотивації, врахування економічних і соціальних наслідків під час прийняття відповідних рішень
І.Т. Кириленко	Науковість, системність, динамізм, диференційність (ситуаційність)	Працевдатне населення	Працівники	Урахування екологічного аспекту, розміщення і спеціалізації виробництва
У.Б. Галицька	Системність, самоорганізація, самооцінка, мотивація	Потенціал виробничого колективу та індивідуальний потенціал працівника	Кількісні та якісні зміни трудового ресурсу і середовища	Зведення до мінімуму резервів, потенційній та фактичній зайнятості у кількісному та якісному відношенні
М.М. Якуба	Відповідальність, системність, мотивація, саморегулювання; комплексне використання сучасних інформаційних технологій	Цілі і стратегія, кадрова політика, техніка, технологія, організація виробництва	Кадрова політика підприємств конкурентів, територіальні екологічні чинники	Встановлення співвідношення чисельності працівників за характеристиками, забезпечення використання їхнього потенціалу

Джерело: узагальнено авторами

дослідженими і потребують уточнення особливостей за окремими складниками. Метою статті є формулювання авторського підходу до формування кадрового потенціалу на авіапідприємствах з урахуванням специфіки управління структуроутворюючими складниками

Виклад основного матеріалу дослідження.

Виявлені системні підходи до формалізації складників кадрового потенціалу підприємств дають змогу сформулювати власне трактування процесу формування кадрового потенціалу (табл. 1). Отже, формування кадрового потенціалу підприємств – це процес акумулювання й удосконалення ресурсної бази, створення передумов розвитку якісних властивостей ресурсів для розвитку компетентнісних можливостей, що за синергічної взаємодії

в системі стратегічного управління підприємством утворюють нові економічні можливості для нарощування і реалізації кадрового потенціалу. При цьому вважатимемо, що кадровий потенціал авіапідприємства – це сукупність ресурсів і можливостей, що залучені до управління авіаційними кадрами та формування їхніх компетентностей; якісні та кількісні професійні характеристики кадрового ресурсу, що визначають рівень продуктивності, здатність до підвищення кваліфікації та індивідуального потенціалу працівника, вмотивованість до розвитку авіапідприємства.

Уточнимо склад та структуру взаємозв'язків між ресурсами, які підприємства авіаційного транспорту залучають до управління кадровим потенціалом (рис. 1).



Рис. 1. Ресурсний склад кадрового потенціалу

Джерело: розроблено авторами

Авторське бачення ресурсного складу кадрового потенціалу полягає у залученні всіх доступних ресурсів до процесу формування і розвитку професійних компетенцій працівників авіапідприємства. Наприклад, відсутність технічних засобів (тренажерів) створює додаткові витрати на обов'язкове стажування пілотів. Так, інтелектуальна власність авіакомпанії (ліцензії на польоти або дозвіл на окремих рейсах) створює умови для комерційної діяльності й нарощування обсягів, що провокує потреби у наборі та підготовці нових кадрів, підвищенні кваліфікації наявного персоналу.

Проблематика дослідження можливостей розвитку кадрового потенціалу з погляду потенціалоутворюючих чинників полягає у їх невизначеності. Описана у попередніх дослідженнях

структуризація потенціалу підприємства розкриває джерела формування можливостей, проте потребує уточнення щодо переліку, характеристик та спрямованості застосування тих чи інших можливостей в управлінні процесами формування, нарощування, реалізації кадрового потенціалу підприємства [8]. Як зазначалося вище, формування кадрового потенціалу на підприємствах авіаційного транспорту базується на акумулюванні ресурсної бази та створенні умов для розвитку нових компетентнісних можливостей.

Для формування кадрового потенціалу необхідною умовою є наявність базових економічних можливостей на підприємствах авіатранспорту, які за ефективного поточного управління системою кадрів створюють умови для розвитку нових професійних компетенцій. Використовуючи розглянуту



Рис. 2. Економічні можливості ресурсної бази для формування кадрового потенціалу на підприємствах авіатранспорту

Джерело: розроблено авторами

структуризацію, пропонуємо виділили базові можливості за видами ресурсів, що є джерелами можливостей (рис. 2).

Економічні зміни, наявність військових загроз у соціальній, фінансово-економічній, політичній сферах України зумовлюють використання нових підходів до мотивації персоналу на авіа підприємствах, застосування яких одночасно як розширюють можливості, так і створюють серйозні обмеження для кожної людини, стабільності її існування та росту. Проте лібералізація ринку авіаційних послуг, безвізовий режим з європейськими країнами, процеси гармонізації авіаційних нормативів із міжнародним правом і жорсткий контроль над виконанням міжнародних стандартів спровокували для авіакомпаній потреби у формуванні власних кадрових ресурсів та потенціалу. На відміну від інших видів транспорту підприємства авіаційного сектору для виконання міжнародних вимог повинні постійно вдосконалювати льотні та навігаційні навички, нарощувати досвід авіаційних працівників.

Окрім того, структуризація кадрового потенціалу за ресурсами і можливостями дає змогу виявити «вузькі» місця в управлінні набором, резервуванням, навчанням, обов'язковою сертифікацією авіаційних кадрів. Рівень професійної підготовки та доступність усіх ресурсів для розвитку працівника є ключовими чинниками забезпечення безпеки й якості авіаційних послуг.

Висновки з проведеного дослідження.

Структурний підхід до формування кадрового потенціалу розглядає роль не лише працівників у формуванні професійних характеристик, а й у залученні всіх наявних елементів управління і визначає їх роль та системоутворюючий вплив на конкурентоспроможність на ринку авіаційних послуг. Структуризація елементів за різними видами ресурсів і можливостей кадрового потенціалу дає змогу ще на етапах розроблення кадрової політики проектувати напрями й інструменти створення необхідних професійних компетенцій, спланувати витрати інвестиційних коштів та початкові вимоги до потенційних кандидатів на посади в авіакомпанії. Також процес формування нових компетенцій у авіаційних працівників за наявних можливостей залучення додаткових матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів дає змогу створити якісні характеристики й універсальність професійних навичок авіапрацівника, що вмотивують його до пошуку шляхів розвитку авіакомпанії та особистого зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білорус Т.В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства : монографія. Ірпінь : НАДПСУ, 2007. 186 с.

2. Смачило В.В. Тренди та трансформації в системі формування кадрового потенціалу підприємств транспортної сфери. *Проблеми адаптації соціально-економічних систем до екзогенних змін* : монографія / за ред. Л.Л. Калініченко. Харків, 2019. С. 388–402.

3. Дашко І.М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку. *Економіка та держава*. 2017 № 1. С. 65–68. URL : http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf (дата звернення: 16.12.2019).

4. Гармідер Л.Д. Фактори розвитку кадрового потенціалу торговельного підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 1(18). С. 92–96.

5. Бойківська Г.М., Дончак Л.Г. Механізм формування кадрового потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 88–93.

6. Алькема В.Г. Генезис структури транспортного потенціалу України в умовах сталого розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 172–180.

7. Вовк О.М., Долгополова Ю.А. Управління кадровим потенціалом підприємства: стратегічний аспект. *Актуальні проблеми менеджменту та фінансів в сучасних глобалізаційних процесах* : матеріали VI між нар. наук.-практ. конф., м. Ірпінь, 14 березня 2019 р. Ірпінь, 2019. С. 118–121.

8. Вовк О.М. Структуризація економічних можливостей розвитку потенціалу підприємства. *Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України* : III всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2014. С. 24–25.

REFERENCES:

1. Bilorus T. V. (2007) *Strategichne upravlinnja kadrovym potencialom pidpryemstva* [Strategic management of personnel potential of the enterprise]. Irpin: NASTSU. (in Ukrainian)

2. Smachylo V. V. (2019) Trendy ta transformatsii v systemi formuvannia kadrovoho potentsialu pidpryemstv transportnoi sfery [Trends and transformations in the system of formation of personnel potential of transport companies], *Problemy adaptatsii sotsialno-ekonomichnykh system do ekzohennykh zmin: monohrafiia* [Problems of adaptation of socio-economic systems to exogenous changes], Kharkiv, pp. 388-402. (in Ukrainian)

3. Dashko I. M. (2017) Kadrovyi potentsial: sutnist ta faktory yoho rozvytku. *Ekonomika ta derzhava* [Human resources: the essence and factors of its development], *Ekonomika ta derzhava*. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf (accessed 16 December 2019).

4. Harmider L. D. (2013) Faktory rozvytku kadrovoho potentsialu torhovelnoho pidpryemstva. [Factors for the development of the personnel potential of a trading enterprise], *Stalyj rozvytok ekonomiky*, vol. 1 (18), pp. 92-96.

5. Bojkivsjka Gh. M. and Donchak L. Gh. (2019) Mekhanizm formuvannia kadrovoho potentsialu pidpryemstva [Mechanism of formation of personnel potential of enterprise]. *Market Infrastructure*. Vol. 28. p.p. 88-93. (in Ukrainian)

6. Aljkema V. Gh. (2012) Ghenezys struktury transportnoho potentsialu Ukrajinu v umovakh stalogo rozvytku [Genesis of the structure of Ukraine's transport

potential under conditions of sustainable development]. *Marketing and Management of Innovations*. no. 2, pp. 172-180.

7. Vovk O. M. and Dolghopolova Ju. A. (2019) Upravlinnja kadrovym potencialom pidpryjemstva: strategichnyj aspekt [Management of personnel potential of the enterprise: strategic aspect]. Proceedings of the *Aktualjni problemy menedzhmentu ta finansiv v suchasnykh globalizacijnykh procesakh: VI Mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji (Irpinj, Universytet DFS Ukrainy, 14 bereznja 2019 r.)*.

Ukraine, Irpin: Aktualni problemy menedzhmentu ta finansiv v suchasnykh globalizatsiinykh protsesakh. pp. 118-121

8. Vovk O. M. (2014) Strukturyzacija ekonomichnykh mozhyvostej rozvytku potencialu pidpryjemstva [Structuring of economic opportunities of enterprise potential development]. Proceedings of the *Innovacijno-investycijni problemy rozvytku ekonomiky Ukrainy : III Vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia (Kyiv,NAU, November, 2014.)* – Kyiv Innovacijno-investycijni problemy rozvytku ekonomiky Ukrainy, p.p. 24-25.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

THE INFLUENCE OF THE STATE FINANCIAL POLICY ON THE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

У статті вивчено основні аспекти державної фінансової політики України в аграрній сфері. Вказано недоліки, на які повинна бути спрямована фінансова політика. Розглянуто динаміку обсягів державної підтримки сільськогосподарських підприємств України. Проаналізовано динаміку бюджетного фінансування сільського господарства за рахунок централізованих фінансових ресурсів. Окреслено напрями використання коштів на розвиток аграрного сектору в межах бюджетних програм. Здійснено аналіз державної підтримки сільськогосподарських підприємств шляхом пільгового оподаткування, зокрема за рахунок акумуляції податку на додану вартість. Виокремлено низку проблем системного характеру, що стримують розвиток аграрної галузі. Визначено стратегічні завдання державної підтримки розвитку сільськогосподарських підприємств країни. Проведено оцінку фінансової політики держави щодо розвитку аграрного сектору економіки України. Наведено пропозиції щодо вдосконалення механізмів державного регулювання сільськогосподарських підприємств в Україні. Зроблено висновки щодо сучасного стану надання державної підтримки аграрним підприємствам. Запропоновано напрями вдосконалення та підвищення ефективності державного впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств України.

Ключові слова: фінансова політика, державна підтримка, аграрний сектор, бюджетні кошти, оподаткування, сільськогосподарські підприємства.

В статье изучены основные аспекты государственной финансовой политики Укра-

ины. Указаны недостатки, на которые должна быть направлена финансовая политика нашей страны. Рассмотрена динамика объемов государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий Украины. Проанализирована динамика бюджетного финансирования сельского хозяйства за счет централизованных финансовых ресурсов. Определены направления использования средств на развитие аграрного сектора в рамках бюджетных программ. Осуществлен анализ государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий путем льготного налогообложения, в частности за счет аккумуляции налога на добавленную стоимость. Выделен ряд проблем системного характера, сдерживающих развитие аграрной отрасли. Определены стратегические задачи государственной поддержки развития сельскохозяйственных предприятий страны. Проведена оценка финансовой политики государства по развитию аграрного сектора экономики Украины. Приведены предложения по совершенствованию механизмов государственного регулирования сельскохозяйственных предприятий в Украине. Сделаны выводы о современном состоянии предоставления государственной поддержки аграрным предприятиям. Предложены направления совершенствования и повышения эффективности государственного влияния на развитие сельскохозяйственных предприятий Украины.

Ключевые слова: финансовая политика, государственная поддержка, аграрный сектор, бюджетные средства, налогообложение, сельскохозяйственные предприятия.

УДК 336.02:338.43

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-25>

Глухова В.І.

к.е.н., доцент,
завідувач кафедри обліку і фінансів
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Кравченко Х.В.

студентка
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Glukhova Valentina

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University

Kravchenko Kristina

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University

Sustainable agricultural development Ukraine's economy sector is largely dependent on efficiency agrarian policy and proper participation of the state in its formation and implementation. Given the limited budget resources, it becomes particularly important the need to intensify the mechanism of state regulation of economic processes implemented by the methods of legal, administrative and financial and economic impact. Key places in state regulation economies are embracing financial regulation methods that include use of budget and tax policy instruments. Therefore, financial research regulation of the agricultural sector of the economy is of particular importance, given the limited financial resources of agricultural enterprises, tendency to reduce budget expenditures for development industry, exacerbation of socio-economic problems due to political and economic instability in the country and integration of Ukraine into the world economic space. The article explores the main aspects of the state financial policy of Ukraine. Deficiencies to which the financial policy should be directed are indicated. The dynamics of volumes of state support for agricultural enterprises of Ukraine is considered. The dynamics of budget financing of agriculture at the expense of centralized financial resources are analyzed. The directions of the use of funds for the development of the agricultural sector within the budget programs are outlined. The state support of agricultural enterprises through preferential taxation is analyzed, in particular through the accumulation of value added tax. A number of systemic problems that hinder the development of the agricultural industry have been identified. The strategic objectives of state support for the development of agricultural enterprises of the country are determined. An assessment of the financial policy of the state on the development of the agricultural sector of the economy of Ukraine was conducted. Suggestions for improving state regulation of enterprises in Ukraine are presented. These planned measures will further stimulate the efficient operation of agricultural producers and increase their competitive position in both domestic and foreign markets. Conclusions are made about the current state of the provision of state support by an agricultural enterprise. The directions of improving and increasing the efficiency of state management of the development of enterprises of Ukraine are proposed.

Key words: financial policy, state support, agricultural sector, budgetary funds, taxation, agricultural enterprises.

Постановка проблеми. Аграрний сектор є одним із базових в економіці та стратегічно важливих для національної безпеки. Відповідно, всі засоби державного регулювання мають сприяти його ефективному функціонуванню. Оскільки сьогодні забезпечення сільськогосподарських підприємств власними фінансовими ресурсами обмежене через кризові явища, а необхідність підвищення їхньої конкурентоспроможності в

міжнародному масштабі, збільшення доданої вартості у цьому сегменті економіки є очевидними, то актуалізуються питання впливу державної фінансової політики на діяльність підприємств у аграрному секторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню державної підтримки сільськогосподарських підприємств присвячено праці таких науковців, як: Г.М. Давидов, Н.С. Шалімова [1],

Н.С. Танклевська [2], О.О. Яцух [3], О.Д. Богдан [4], Ю.Ф. Гудзь [5], О.А. Коваленко [6], С.В. Майстро [7] та багатьох інших. Незважаючи на значну кількість присвячених даній проблемі публікацій, залишається багато не вирішених питань стосовно підвищення ефективності впливу та вдосконалення державної фінансової політики щодо розвитку аграрних підприємств України.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану державної фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств (СГП) України та внесення пропозицій щодо вирішення існуючих проблем у ході реалізації фінансової політики у цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Механізм державного впливу на фінансово-економічні процеси реалізується через державну фінансову політику. У широкому значенні фінансова політика – це управління формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів із метою вирішення поставлених завдань. Податкова система, будучи складником державної фінансової політики, є дієвим інструментом фінансового регулювання розвитку економіки [2, с. 3].

У контексті оцінки фінансової політики держави щодо розвитку аграрного сектору економіки велике значення має аналіз обсягів бюджетних коштів та напрямів їх використання. У табл. 1 представлено динаміку обсягів підтримки сільського господарства за рахунок коштів державного бюджету України протягом 2014–2018 рр. [8; 10].

Як бачимо з табл. 1, обсяг фактичних видатків протягом 2014–2018 рр. жодного разу не виконано згідно з планом, причому на фактичні видатки протягом 2014–2016 рр. припадає менше 1% від валової продукції сільського господарства.

Бюджетним кодексом України (Розділ VI. Прикінцеві та перехідні положення, п. 42) [11] установлено, що в 2017–2021 рр. щорічний обсяг коштів державного бюджету України, які спрямовуються на держпідтримку сільськогосподарських товаровиробників, становить не менше 1% випуску продукції у сільському господарстві. Дані аналізу показують, що в 2017 і 2018 рр. обсяги видатків загального

фонду державного бюджету, як по плану, так і фактично, перебувають у нормативно встановлених межах, однак фінансування по факту менше запланованих бюджетних призначень. Про недостатній вплив централізованих бюджетних асигнувань на розвиток сільського господарства свідчить і те, що за 2014–2018 рр. темп росту відповідних видатків держбюджету становив 8,36, тоді як валовий обсяг продукції сільського господарства у постійних цінах збільшився лише в 1,04 рази.

Варто зазначити, що пряме бюджетне фінансування сільського господарства в Україні здійснюється не лише через бюджетні дотації, інше субсидування, а й шляхом фінансування бюджетних програм на розвиток аграрно-промислового комплексу (АПК).

У табл. 2 наведено динаміку сум витрат на державні програми підтримки АПК протягом 2015–2018 рр.

Із даних табл. 2 видно, що впродовж останніх чотирьох років система підтримки аграріїв в Україні перебувала в процесі постійних змін. Таким чином, Україна витрачає близько 5 млрд грн коштів платників податків на підтримку сільгоспвиробників через програми, які загалом спрямовані на підвищення рівня переробки та доданої вартості у секторі [9]. Хоча мета диверсифікації сектору до більшої доданої вартості є доцільною, проте інструменти, які використовуються для цього, страждають від серйозних недоліків: вони збільшують відповідні трансакційні витрати; не дають доступу малим сільгоспвиробникам до підтримки, які найбільше потребують цих програм; субсидують інвестиції та закупівлі, які були б зроблені у будь-якому разі й без підтримки.

Державна фінансова підтримка сільгоспвиробників відбувається не належним чином і тим самим заважає генерувати більше доданої вартості та диверсифікувати структуру аграрного виробництва. Мета програм державної підтримки повинна полягати в отриманні більш високих доходів сільгоспвиробниками, що дасть змогу принаймні деякий обсяг ресурсів повернути через вищі податкові надходження.

Таблиця 1

Динаміка обсягів державної підтримки СГП України за 2014–2018 рр.

Рік	Валова продукція (ВП) у постійних цінах, млрд грн	Заплановані видатки загального фонду державного бюджету		Фактичні касові видатки державного бюджету	
		усього, млрд грн	у % до ВП	усього, млрд грн	у % до ВП
2014	251,4	0,99	0,39	0,42	0,16
2015	239,5	0,56	0,23	0,33	0,14
2016	254,6	0,35	0,14	0,13	0,05
2017	244,1	5,03	2,06	4,9	2,01
2018	261,8	4,28	1,63	3,51	1,34
Темп росту (2018 до 2014)	1,04	4,34	4,18	8,36	8,38

Джерело: складено за даними [8; 10]

Як відомо, до 2016 р. застосовувався спеціальний режим із ПДВ, який давав змогу сільськогосподарським товаровиробникам – платникам такого податку значну частку від виручки залишати на спеціальних рахунках та використовувати на власні виробничі потреби. На рис. 1 представлено динаміку обсягів ПДВ, акумульованого сільськогосподарськими підприємствами України протягом 2014–2018 рр. [3].

Згідно з даними, представленими на рис. 1, акумулятивне ПДВ, яке залишалось у розпорядженні сільськогосподарських підприємств, становить у середньому до 3% від валової продукції у постійних цінах, а після скасування спеціального режиму з ПДВ у 2017–2018 рр. – 1,05% та 0% відповідно [3].

Державна допомога за рахунок централізованих фінансових ресурсів у той чи інший спосіб пов'язана з відшкодуванням вартості ресурсів, які деформують стимули, що спрямовані на досягнення достатньої конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, їх розвиток та забезпечення необхідними фінансовими ресурсами.

Окрім того, впродовж останніх двох десятиліть підтримка аграріїв у формі значних податкових пільг і прямих бюджетних витрат завжди сприяла

великим виробникам, створюючи нерівні умови для розвитку малих. Це частково спотворило структуру аграрного сектору в бік великих сільгоспідприємств та агрохолдингів в Україні, залишивши мало простору для розвитку, підвищення продуктивності та диверсифікації для малих сільгоспвиробників.

Політика підтримки сільського господарства в Україні у формі значних податкових пільг завжди була на користь великих гравців, що ставило малих виробників у не вигідне становище. Щоб малі сільгоспвиробники могли на рівних конкурувати з великими гравцями, а також щоб виправити довготривалий провал у державній політиці їх підтримки, доцільно замінити існуючі неефективні та несправедливі програми підтримки на просту та адресну підтримку, спрямовану на збільшення капітальних інвестицій та диверсифікацію виробництва. Це може бути у формі таких кредитних субсидій, як: гранти на компенсацію вартості кредиту; компенсація відсоткових ставок за кредитом; компенсація трансакційних витрат банків на обслуговування малих клієнтів [2, с. 8].

Таким чином, основні виявлені проблеми з держпідтримкою сільськогосподарських підприємств полягають у такому:

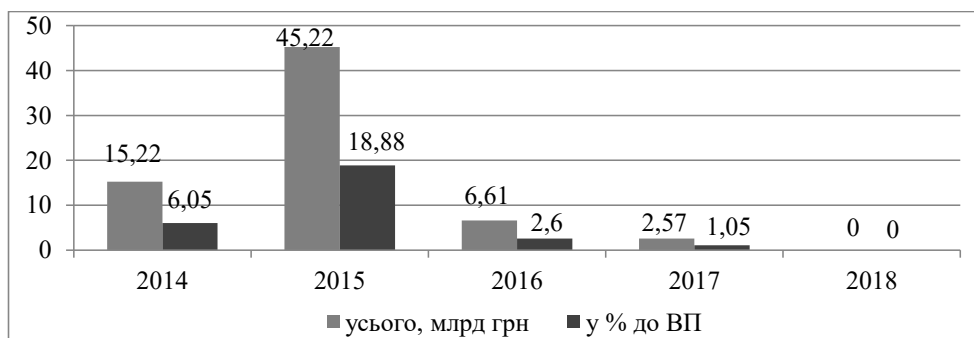


Рис. 1. Динаміка обсягів ПДВ, акумульованого сільськогосподарськими підприємствами України протягом 2014–2018 рр.

Таблиця 2

Видатки на бюджетні програми розвитку АПК України на 2015–2018 рр., млрд грн

Програма	2015	2016	2017	2018	Відхилення у %	
					2018 р. до 2016 р.	2018 р. до 2017 р.
Фінансова підтримка шляхом здешевлення кредитів	0,291	0,280	0,295	0,266	5,26	10,9
Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств	-	-	-	0,203	-	-
Державна підтримка тваринництва	0,040	0,030	0,166	2,390	-98,74	-93,05
Фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників	-	-	4,134	0,913	-	-77,91
Інші програми	0,195	0,286	0,770	0,896	-68,08	-14,06
Разом	0,526	0,596	5,365	4,668	-87,23	14,93

Джерело: складено за даними [10]

1) роздробленість, хаотичне формування та бюджетування програм підтримки;

2) недотримання принципів справедливості й пропорційності під час розподілу державної підтримки;

3) орієнтування переважно на підтримку великих сільгоспвиробників;

4) розбіжність між обсягами надання державної підтримки та обсягами виробництва сільськогосподарської продукції;

5) обмежені можливості повернення державних інвестицій через більші податкові надходження від аграрного сектору [1];

6) недосконалість та недостатня дієвість законодавчих та нормативно-правових актів, які регулюють питання надання державної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, державна підтримка буде ефективно впливати на розвиток сільськогосподарських підприємств України за умови дотримання певних критеріїв, таких як: достатній обсяг і своєчасність бюджетного фінансування; здійснення розподілу бюджетних асигнувань та пільгового оподаткування у повній прозорості; фокусування державної підтримки у бік малих та середніх підприємств. Перспектива подальших досліджень полягає у тому, що для аграрного бізнесу необхідні чіткі правила у вигляді стабільної фінансової політики і законодавства. У нинішніх умовах система державної підтримки аграрного сектору економіки потребує реформування з метою підтримки не тільки великого бізнесу (агрохолдингов), а й невеликих фермерських господарств, малого та середнього бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидов Г.М., Шалімова Н.С. Оподаткування та державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників: регіональні пріоритети та євроінтеграційні процеси : монографія. URL : <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/7049/1/Монографія%20АПК.pdf> (дата звернення: 03.01.2020).
2. Танклевська Н.С. Основні підходи щодо удосконалення фінансової політики. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2013. № 16(1). С. 40–44.
3. Яцух О.О. Домінанти фінансового забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія і практика : дис. ... д.е.н. : 08.00.08. Харків, 2019.
4. Богдан О.Д. Дослідження стану державної інноваційної політики у розрізі агропромислового сектору економіки. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 1(1). С. 49–54.
5. Гудзь Ю.Ф. Механізм державного регулювання розвитку економічного потенціалу переробних підприємств АПК. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 13. Ч. 1. С. 79–86.

6. Коваленко О.А. Державне регулювання сільськогосподарського виробництва. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1808> (дата звернення: 18.12.2019).

7. Майстро С.В. Сутність та напрями державного регулювання аграрного ринку в зарубіжних країнах. URL : <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/06-MAYSTRO.pdf> (дата звернення: 23.12.2019).

8. Звіт Рахункової палати. URL : https://mail.google.com/mail/u/0?ui=2&ik=cfac496023-&attid=0.1&permmsgid=msgf:1655187889264480357&th=16f8689da0235065&view=att&disp=safe&realattid=f_k55o6umc0 (дата звернення: 03.01.2020).

9. Раціоналізація державної підтримки аграрного сектору України. URL : <https://voxukraine.org/uk/ratsionalizatsiya-pidtrimki-silskogospodarskogo-sektoru-ukrayini/> (дата звернення: 27.12.2019).

10. Державна казначейська служба України. URL : <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu> (дата звернення: 05.01.2020).

11. Бюджетний кодекс України. URL : https://urist-ua.net/кодекси/бюджетний_кодекс_україни/розділ_vii/ (дата звернення: 27.12.2019).

REFERENCES:

1. Davidov G. M., Shalimova N. S. (2017). Opodatkuvannya ta derzhavna pidtrymka sil'skohospodars'kykh tovarovyrobnykiv: rehional'ni priorytety ta yevrointehratsiyni protsesy [Taxation and government support for agricultural producers: regional priorities and European integration processes]. Available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/7049/1/Монографія%20АПК.pdf> (in Ukrainian) (accessed 3 January 2020).
2. Tanklevska, N.S. (2013). Osnovni pidkhody shchodo udoskonalennya finansovoyi polityky [The main approach is to achieve more comprehensive financial policies]. *Visnyk L'viv's'koho natsional'noho ahrar'noho universytetu. Ekonomika APK* [Newsletter of Lviv National Agrarian University. AIC economy], no. 16 (1), pp. 40–44. (in Ukrainian)
3. Yatsuh O. O. (2019). Dominanty finansovoho zabezpechennya diyal'nosti sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv: teoriya, metodolohiya i praktyka [Dominants of financial support for agricultural enterprises: theory, methodology and practice]. Kharkiv.
4. Bohdan O. D. Doslidzhennya stanu derzhavnoyi innovatsiynoyi polityky u rozrizi ahropromyslovoho sektoru ekonomiky. *Naukovyy visnyk Polissya* [Investigation of state innovation policy in the context of agro-industrial sector of economy. Polesie Scientific Bulletin]. 2015. № 1 (1), pp. 49–54.
5. Hudz' U. F. Mekhanizm derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku ekonomichnoho potentsialu pererobnykh pidpryyemstv APK. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu* [Mechanism of state regulation of development of economic potential of processing enterprises of agroindustrial complex. Scientific Bulletin of Uzhgorod National University]. 2017. Vol. 13, Part 1. pp. 79–86. (in Ukrainian)
6. Kovalenko O. A. Derzhavne rehulyuvannya sil's'kohospodars'koho vyrobnytstva [State regulation of agricultural production]. Available at:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1808>. (accessed 18 December 2019).

7. Maystro S. V. Sutnist' ta napryamy derzhavnoho rehulyuvannya ahrarnoho rynku v zarubizhnykh krayinakh [The essence and directions of state regulation of the agrarian market in foreign countries]. Available at: <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/06-MAYSTRO.pdf>. (accessed 27 December 2019).

8. Zvit Rakhunkovoyi palaty [Accounting Chamber report]. Available at: https://mail.google.com/mail/u/0?ui=2&ik=cfac496023&attid=0.1&permmsgid=msgf:1655187889264480357&th=16f8689da0235065&view=att&disp=safe&realattid=f_k55o6ymc0. (accessed 3 January 2020).

9. Ratsionalizatsiya derzhavnoyi pidtrymky ahrarnoho sektoru Ukrainy [The rationalization of the power of the agricultural sector of Ukraine]. Available at: <https://voxukraine.org/uk/ratsionalizatsiya-pidtrimki-silskogospodarskogo-sektoru-ukrayini/>. (accessed 27 December 2019).

10. Derzhavna kaznacheys'ka sluzhba Ukrainy. [State Treasury Service of Ukraine]. Available at: <https://www.treasury.gov.ua/en/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>. (accessed 5 January 2020).

11. Byudzhetnyy kodeks Ukrainy [Budget Code of Ukraine]. Available at: https://urist-ua.net/кодекси/бюджетний_кодекс_україни/розділ_vi/. (accessed 27 December 2019).

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ЯК АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА МЕДИЧНИХ НЕПРИБУТКОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

FORMATION OF THE MARKETING COMPLEX AS A CURRENT PROBLEM OF MEDICAL NON-PROFITABLE ENTERPRISES

Статтю присвячено актуальній проблемі – необхідності формування та використання реорганізованими або новоствореними медичними комунальними неприбутковими підприємствами дієвого комплексу маркетингу в нових (конкурентних) умовах господарювання. У ході дослідження аргументовано доцільність використання відомої раніше розширеної моделі комплексу маркетингу, але з обов'язковим включенням до неї інструмента Customer service, що дасть змогу врахувати запити споживачів медичних послуг та створити унікальну конкурентну перевагу за рахунок якісного сервісного обслуговування. Увагу акцентовано на особливостях і структурі медичної послуги як специфічного продукту, запропонованого для продажу. Це дало змогу визначити медичний персонал як частину продукту і як базовий тактичний інструмент маркетингового впливу, що покликаний інтегрувати решту інструментів моделі для досягнення поставлених цілей та успіху на цільовому ринку.

Ключові слова: медичні неприбуткові підприємства, інструменти маркетингу, персонал, пацієнт, медична послуга, якість, сервісне обслуговування.

Стаття посвячена актуальній проблемі – необхідності формування та исполь-

зовання реорганізованими или новообразованными медицинскими коммунальными неприбыльными предприятиями действенного комплекса маркетинга в новых (конкурентных) условиях хозяйствования. В ходе исследования аргументирована целесообразность использования известной ранее расширенной модели комплекса маркетинга, но с обязательным включением в нее дополнительного инструмента Customer service, что позволит учесть запросы потребителей медицинских услуг и создать уникальное конкурентное преимущество за счет качественного сервисного обслуживания. Внимание акцентировано на особенностях и структуре медицинской услуги как специфического продукта, предложенного для продажи. Это позволило определить медицинский персонал как часть продукта и как базовый тактический инструмент маркетингового воздействия, который призван интегрировать остальные инструменты модели для достижения поставленных целей и успеха на целевом рынке.

Ключевые слова: медицинские неприбыльные предприятия, инструменты маркетинга, потребители, персонал, медицинская услуга, качество, сервисное обслуживание.

УДК 658.8:[658.115:614.21]

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-26>

Дмитрук О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри природничих
і соціально-гуманітарних дисциплін
Комунальний вищий навчальний заклад
«Житомирський медичний інститут»
Житомирської обласної ради

Dmytruk Olena

Communal Higher Educational
Establishment Zhytomyr Medical Institute
Zhytomyr Regional Council

The article is devoted to the urgent problem – the need to form and use an effective marketing complex by medical utility non-profitable enterprises in competitive conditions of management in order to achieve the goals and success in the target market. The main task of reorganized or newly established medical enterprises is to fight for the consumer, because regardless of the location and form of ownership of the institution, "money will follow the patient" in the case of payment by the state of a guaranteed package of medical services, and in the case of choosing other sources of payment. In fact, the amount of attracted and loyal clients will depend on the amount of budget financing of the enterprise, planning and promotion of paid medical services in the market, opportunities for attracting grants, etc. Some enterprises will become up-to-date, accessible, retain or attract the best professionals, while others will simply leave the market because of their lack of serious attitude to marketing and its tools. The study argues for the use of an expanded model of a marketing complex consisting of eight components, including an additional tool "Customer service", which will allow to consider the circumstances that are important from the point of view of the consumer and to provide a unique competitive advantage at the expense of quality service. The greatest interest in this tool is shown by the inability to copy it by competitors, since there is practically no identical internal environment and organizational culture. The attention is also paid to other opportunities, namely to track contact points and improve the process of purchasing services. In this aspect, the importance of the influence marketing tool "personnel", which successfully integrates each term of the proposed marketing mix, is emphasized. In particular, it is substantiated that medical staff acts as an integral part of the intangible consumer values of the medical service, the basis of its quality and quality of customer service. An empirical study of the opinions of consumers of medical services confirmed the hypothesis of the need to separate the assessment of the quality of services as a type of professional activity and the service process, as a built-up chain of contacts in order to make the right marketing decisions.

Key words: medical non-profit enterprises, marketing tools, medical staff, medical service, consumers of services, quality, service.

Постановка проблеми. У рамках нової моделі фінансування системи охорони здоров'я [8] чинне законодавство України надало можливість власникам публічних закладів охорони здоров'я перетворити належні їм заклади, що мали статус бюджетних установ, на комунальні неприбуткові підприємства [9]. З одного боку, керівник закладу з автономним статусом отримав значно більшу свободу у розпорядженні активами, фінансами, формуванні кадрової політики, визначенні внутрішньої організаційної структури закладу, а з іншого – стикнувся з багатьма непорозуміннями та труднощами. Медичне підприємство почало функціонувати у певному конкурентному середовищі, назріла

необхідність у розробленні стратегій боротьби за споживача та застосуванні інструментів і методів, які визначають позиціонування послуг підприємства на цільовому ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про те, що наявні багаточисельні законодавчо-нормативні акти, наукові праці і фахові публікації щодо проблем реформування галузі охорони здоров'я, а також різних аспектів менеджменту в галузі охорони здоров'я. Опубліковано низку робіт, присвячених дослідженню еволюції маркетингового комплексу як одного з ключових понять маркетингу. Разом із тим питання вибору складників комплексу підприємствами, які

здійснюють медичну (сервісну) діяльність, містять розбіжності у поглядах вітчизняних та зарубіжних науковців, залишаються дискусійними і такими, що потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – акцентувати увагу на потребі формування комплексу маркетингу та запропонувати до використання його модель для комунальних неприбуткових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практика приватних медичних організацій свідчить, що маркетинг як напрям використання ринкових відносин дає змогу своїми засобами адаптувати процес медичного обслуговування до вимог ринку, які з часом стають більш критичнішими і вимогливішими, та досягнути поставлених цілей, зазначених у статутних документах. За нових умов медичної діяльності менеджмент медичних неприбуткових підприємств тільки має вчитися використовувати маркетинг як спеціальну функцію управління.

«Комплекс маркетингу», «маркетинг-мікс» або «маркетингова суміш» – поняття, що означають поєднання інструментів маркетингу, які комбінують і контролюють у своїй роботі фахівці, на яких покладено такі функції. Традиційна «літерна» модель комплексу маркетингу 4P (Product + Price + Place + Promotion) була систематизована та опублікована в 1965 р. (за Дж. МакКарті, 1960 р.). Із часом модель доповнювалася різними додатковими інструментами і зазнавала змін: 5P, 6P, 7P. Зокрема, остання (4P + Personnel + Physical evidence + Process, за Б. Бумсом, М. Бітнер, 1981 р.) була запропонована для сервісного ринку зі зрозумілим обґрунтуванням особливостей маркетингу послуг у рамках концепції маркетингу відносин.

На противагу моделі 4P розглядалася й інша – 4C (за Р. Лотерборном, 1990 р.), яка спонукала виробників до підвищення якості продукції і створення програм лояльності, але не давала змоги охопити всі необхідні засоби маркетингу.

Удосконалення системи управління якістю послуг спонукало сервісні підприємства до використання моделі 8P із додаванням елементу Productivity and quality (продуктивність та якість) або Perceptual psychology (психологічне сприйняття послуги споживачем), оскільки послуга – це не предмет, а певний процес, набір відчутних дій, що формують споживчу цінність.

Модифікація елементів у маркетинг-мікс дає змогу розглядати інші моделі 10P, 12P та пізніші: 4A, 4D, 4E, SIVA, 2P+2C+3S [1].

Маркетингова діяльність медичних організацій приватного сектору, як правило, вже включає модель 7P, але деякі автори пропонують додавати до базового комплексу такі додаткові інструменти, як service (сервіс/обслуговування), customer

service (обслуговування клієнтів), security (безпека) та privacy (приватність) [12].

Інші ідеї зводяться до фокусування на певних точках контакту – будь-яких взаємодіях, що можуть впливати на сприйняття клієнтом медичного продукту, бренду, сервісу чи бізнесу [4].

На нашу думку, слід виходити з розуміння особливостей «медичного виробництва» та специфіки медичних послуг – продукту, який пропонується до продажу і має загальні (як і всі послуги), економічні (ціна, рентабельність і т. ін.) та медико-соціальні (своєчасність, доступність, якість т. ін.) властивості. Так, за рекомендаціями ВООЗ [11, с. 8] частина складників якості медичної допомоги (технологічне виконання, результативність, ефективність) указує на належну професійну діяльність медичних працівників, результатом якої є якісні медичні послуги. Наскільки медична послуга відповідає очікуванням клієнтів/пацієнтів (їхнім шаблонам, стандартам якості, виробленими до моменту споживання), вирішує їх проблеми, через які вони прийняли рішення про її придбання, залежать ступінь задоволення від покупки і подальша реакція на неї.

При цьому слід ураховувати те, що предметом споживання медичної послуги виступають не самі послуги як такі, а цінність вражень та вигоди від їх отримання. За цитатою А. Ахмеда, у сфері охорони здоров'я, коли пацієнт думає про задоволення потреби у медичній послугі, він думає про персонал, який має її надати. На думку Ф. Котлера, пацієнт описує медичну послугу також через образи людей, які її поставляють [7, с. 122]. Розширена структура медичної послуги обґрунтовує те, що медичний персонал виступає вагомою складовою частиною її нематеріальних споживчих вартостей (рис. 1). Тобто інструмент маркетингу Personnel у сфері охорони здоров'я – п'ятий базовий, окрім відомих 4P. Саме знання й уміння медичного персоналу в поєднанні з медичними технологіями є конкурентними перевагами «високого» порядку [10, с. 162] медичного підприємства будь-якої форми власності і мети діяльності.

Рівень розвитку потреб у медичних послугах є результатом способу життя людей та різних видів їх зайнятості з урахуванням індивідуальних цінностей, уподобань, очікувань та культури.

Відповідно, пацієнти привносять зміни в існуючу модель медичного обслуговування і розраховують сьогодні на увагу, конфіденційність, співчуття, розуміння з боку персоналу та інші важливі аспекти, що теж, за рекомендаціями ВОЗ, є складниками якості медичної допомоги: міжособисті відносини, інфраструктура та комфорт [11, с. 8].

За «трикутною» моделлю маркетингу послуг Ф. Котлера розвинені зовнішні комунікації підприємства дадуть змогу сформувати сприятливе

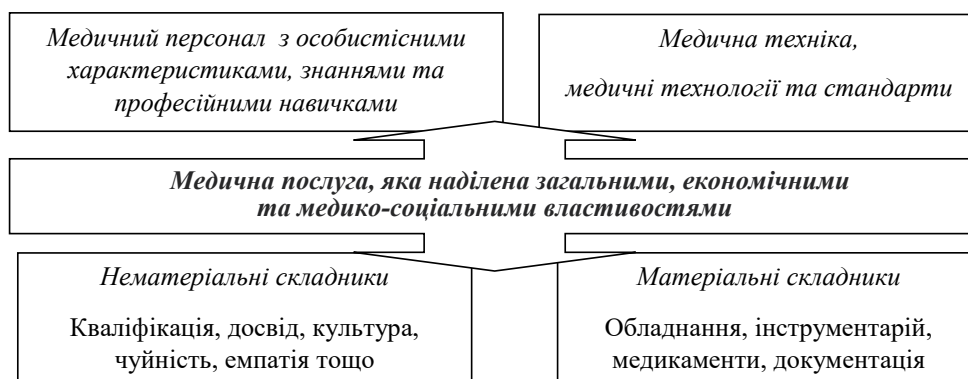


Рис. 1. Медична послуга як сукупність людських, речових і неречових споживчих вартостей

Джерело: авторська розробка

інформаційне поле навколо нього; внутрішні ста- нуть частиною процесу надання медичних послуг, а інтерактивні створюють можливості для клієнто- орієнтованого сервісного обслуговування [3, с. 107].

Із вищенаведеного застосування певних при- йомів сервісного обслуговування, які ніби надбу- довуються над основною медичною діяльністю, як над фундаментом, – пріоритет розвитку нової моделі системи охорони здоров'я у цілому. Можна стверджувати, що професійна діяльність медич- них працівників уже задає необхідні умови появи, існування й ускладнення сервісної діяльності [6, с. 67]. Медичний персонал може забезпечити функціональний аспект якісного сервісного обслу- говування пацієнтів, але за умови правильного використання додаткового інструмента маркетингу Customer service. Він покликаний у рази збільшити рівень задоволеності пацієнтів і трансформувати в себе необхідні security та privacy, які теж є склад- никами якості медичної допомоги. Унікальність та неможливість копіювання – ось характеристики, які дають змогу перетворити Customer service на головну конкурентну перевагу, що відрізнятиме медичне підприємство від інших [2, с. 69]. У його межах пропонується ставити наголос на форму- ванні «сильної» організаційної культури, яка без фінансових вкладень спроможна здійснювати вплив на імідж та результати діяльності медичного підприємства [5, с. 51].

Матеріально-технічний аспект сервісного обслуговування пропонується підсилити відо- мим додатковим інструментом Physical evidence (матеріальні свідоцтва). Для пацієнтів важли- вими є умови, в яких надається медична послуга, обов'язкові зовнішні докази (ліцензія, сертифі- кати) та добровільні внутрішні (інтер'єр, фірмовий стиль, обладнання, нагороди фахівців тощо).

Щоб з'ясувати, на яких точках відбувається взаємодія підприємства з пацієнтами і яка від неї вигода для обох сторін, як зробити процес придбання та споживання медичних послуг

максимально комфортним за існуючої їх неба- жаності, необхідно формалізувати основні про- цеси, процедури та інші послідовні дії створення медичних послуг у рамках вибудованого ланцюга контактів (як відображення способів медичного обслуговування). Кожний процес тоді перебува- тиме в керованих умовах, які забезпечуються шляхом проведення необхідних вимірювань та корегувальних дій, а також устанавлення повно- важень, відповідальності та критеріїв оцінювання результативності. Іншими словами, використати можливості додаткового інструмента Process і на його основі впроваджувати різні сучасні технології управління.

Результати проведеного порівняльного емпі- ричного дослідження щодо рівня якості медичної допомоги в приватних та комунальних закладах м. Житомира підтвердили гіпотезу про необхідність здійснення відокремленої оцінки якості медичної послуги як виду діяльності та сервісу обслугову- вання з метою прийняття відповідних маркетин- гових рішень. Зокрема, 78% опитаних пацієнтів приватних клінік виявилися повністю задоволені рівнем якості медичних послуг, а решта 22% – не повною мірою через направлення на можливо зайві додаткові дорогавартісні дослідження та через інші причини. При цьому 94% респонде- нтів повністю задоволені сервісом обслуговування: можливістю записатися на потрібний час, ставлен- ням персоналу до пацієнта, зручністю внутріш- нього пересування (все, що потрібно підтягується до клієнта), комфортними умовами перебування у клініці. Інші 6% опитаних указали на збільшення часу очікування прийому (ймовірно, через під- вищений попит населення на послуги навіть за оплату, з метою економії часу).

Водночас у міських поліклініках 67% опитаних залишилися повністю задоволені наданою послу- гою, 29% – не зовсім і 4% зовсім нею незадоволені. Але тільки 18% усіх респондентів задоволені рів- нем сервісу обслуговування. За ранговою шкалою

респонденти в першу чергу вказали на існуючу проблему міжособистісних відносин у системі «персонал – пацієнт», а далі – значні витрати часу, незручність маршрутів пацієнта, направлення на платні клініко-діагностичні дослідження, погані санітарно-побутові умови. Тобто основні проблеми криються не у кваліфікації медичного персоналу, а в «старій» моделі ставлення до пацієнта і неякісному сервісі обслуговування. Нагальною є потреба у розробленні стандартів якісного обслуговування пацієнтів для всіх категорій персоналу медичного некомерційного підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, кожне медичне підприємство має враховувати свої цілі, формувати й застосовувати свій унікальний комплекс маркетингу, який допоможе управляти вибором споживачів медичних послуг. Основою якісного медичного обслуговування є персонал, засоби й умови обслуговування, тому вбачається доцільним використання моделі комплексу маркетингу 7P+Cs, яка включає сучасний інструмент продажу медичних послуг Customer service. Медичний персонал має бачити пацієнта як клієнта, як особистість із конкретними потребами та запитами. Від відповідності між очікуваннями пацієнтів щодо задоволення їхніх потреб і сприйняттям ними процесу медичного обслуговування прямо залежить частка обслуговуваного ринку медичного некомерційного підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Борисенко О.С., Табачук Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 3(14). С. 134–141. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/14_2018/24.pdf (дата звернення: 03.01.2020).
2. Заика В. Сервіс как инструмент в продажах услуг медицинского центра. *Практика управління медичним закладом*. 2016. № 10(68). С. 68–72.
3. Иванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів, 2018. 508 с.
4. Кушнир Е. Как использовать точки контакта с клиентом, чтобы повысить продажи. URL : <https://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-tochki-kontakta-s-klientom-chtoby-povysit-prodazhi.html> (дата звернення: 03.01.2020).
5. Лисевич С.Г. Місце і роль корпоративної культури в господарському механізмі підприємства. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2018. № 2(101). С. 49–52.
6. Малюк Л.П., Варипаєв О.М., Зіолковська А.В. Сервісологія та сервісна діяльність : навчальний посібник. Харків : ХДУХТ, 2009. 211 с.
7. Міщук А.А. Інструментальні стратегії маркетингу закладу охорони здоров'я. *Економіка і організація управління*. 2017. № 2(26). С. 120–131.
8. Про схвалення Концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я : Розпорядження

від 30 листопада 2016 р. № 1013-р / Кабінет Міністрів України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1013-2016-%D1%80> (дата звернення: 06.01.2020).

9. Про затвердження вимог до надавача послуг з медичного обслуговування населення, з яким головними розпорядниками бюджетних коштів укладаються договори про медичне обслуговування населення : Постанова від 28.03.2018 № 391 / Кабінет Міністрів України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/391-2018-%D0%BF> (дата звернення: 06.01.2020).

10. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва, 2006. 715 с.

11. Контроль якості медичної допомоги на рівні закладу охорони здоров'я : методичні рекомендації / І.М. Рогач та ін. Ужгород, 2014. 48 с.

12. Сержук А.В. Комплекс маркетингу на ринку охорони здоров'я. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 2(71) С. 23–28. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2015_2_5 (дата звернення: 10.01.2020).

REFERENCES:

1. Borysenko O.S., Tabachuk N.O. (2018) Teoretychni osnovy ta evolucija rozvytku kompleksu marketynghu [Theoretical foundations and evolution of the development of marketing complex]. *Sxidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya* [Eastern Europe: economy, business and management] (electronic journal), vol. 3, no 14, pp. 134-141. Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/14_2018/24.pdf (accessed 03 January 2020).
2. Zaika V. (2016) Servis kak instrument v prodazhakh uslug meditsinskogo tsentra [Service as a tool in sales of medical center services.]. *Practice of medical institution management*, vol.10 no 68, pp. 68-72.
3. Ivanova L.O., Semak B.B., Vovchansjka O.M. (2018) Marketyngh poslugh [Marketing services]. Lviv: Lviv Trade and Economic University. (in Ukrainian)
4. Kushnir E. (2019) Kak ispol'zovat' tochki kontakta s klientom, chtoby povysit' prodazhi [How to use customer contact points to increase sales]. Available at: <https://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-tochki-kontakta-s-klientom-chtoby-povysit-prodazhi.html> (accessed 03 January 2020).
5. Lysevych S.H. (2018) Mistse i rol korporativnoi kultury v hospodarskomu mekhanizmi pidpryemstva [The place and role of corporate culture in the economic mechanism of the enterprise]. *State and regions. Economy and Entrepreneurship Series*, vol. 2, no 101, pp. 49-52.
6. Maliuk L.P., Varypaiev O.M., Ziolkovska A.V. (2009) Servisolohiia ta servisna diialnist [Servysology and service activities]. Kharkiv: KSUKB (in Ukrainian)
7. Mishchuk A.A. (2017) Instrumentalni strategii marketynhu zakladu okhorony zdorovia [Instrumental strategies of marketing of health care institution]. *Economics and management organization*, vol. 2, no 26, pp. 120-131.

8. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy "Pro skhvalennia Kontseptsii reformy finansuvannia systemy okhorony zdorovia" [Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On the approval of the Healthcare Financing Reform Concept"]. (n.d.) zakon.rada.gov.ua. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1013-2016-%D1%80> (in Ukrainian)

9. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy "Pro zatverdzhennia vymoh do nadavacha posluh z medychnoho obsluhovuvannia naselennia, z yakym holovnymy rozporiadnykamy biudzhethnykh koshtiv ukladaiutsia dohovory pro medychne obsluhovuvannia naselennia" [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the requirements to the provider of public health services, with which the main spending units of the population enter into contracts on public health services"]. (n.d.) zakon.rada.gov.ua. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/391-2018-%D0%BF> (in Ukrainian)

10. Porter M. (2006) Konkurentnoe preimushchestvo. Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoychivost'. [Competitive advantage. How to achieve a high result and ensure its stability]. Moscow: Alpina Publishers. (in Russian)

11. Rohach I.M., Slabkyi H.O., Kachala L.O., Pohoriliak R.Yu., Kachur O.Yu., Kartavtsev R.L. Kontrol yakosti medychnoi dopomohy na rivni zakladu okhorony zdorovia. Metodichni rekomendatsii (2014) [Control of medical care for the Rivne Health Protection Mortgage. Methodical recommendations]. Uzhhorod. (in Ukrainian)

12. Serzhuk A.V. (2015) Kompleks marketynhu na rynku okhorony zdorovia. [Healthcare Marketing Complex] *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya: Ekonomichni nauky* [Scientific Bulletin of Poltava University of economics and trade. Series: Economic Sciences] (electronic journal), vol. 2, no 71, pp. 23-28. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2015_2_5 (accessed 10 January 2020).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM FORMATION FEATURES OF FINANCIAL SERVICES ENTERPRISES

УДК 331.103

<https://doi.org/10.32843/infracstruct39-27>

Дуляба Н.І.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і міжнародного підприємництва
Національний університет
«Львівська політехніка»

Озарчук К.С.

студентка
Національний університет
«Львівська політехніка»

Duliaba Nataliia

Lviv Polytechnic National University

Ozarchuk Katerina

Lviv Polytechnic National University

У статті досліджено теоретичні і прикладні аспекти обґрунтування особливостей формування системи управління персоналом господарюючих об'єктів та розроблення напрямів їх поліпшення. Виходячи із сутності поняття «управління», розглянуто його специфіку щодо персоналу підприємства. Проведено порівняльну характеристику систем управління персоналом на підприємствах із традиційними та сучасними підходами. Зроблено акцент на новітніх і сучасних підходах до управління персоналом: технологіях підбору кандидатів, методах розвитку персоналу, основних підходах до пояснення змісту поняття «управління персоналом», його видах та особливостях формування їхньої системи. Визначено основні проблеми у формуванні ефективної системи управління персоналом та їх вирішення. Також розглядається сучасна система управління персоналом, яка сформувалася на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та застосування зарубіжного досвіду.

Ключові слова: управління, система управління, персонал, методи розвитку персоналу, управління персоналом, технології підбору.

В статье исследованы теоретические и прикладные аспекты обоснования особен-

ностей формирования системы управления персоналом хозяйствующих объектов и разработки направлений их улучшения. Исходя из сущности понятия «управление», рассмотрена его специфика в отношении персонала предприятия. Проведена сравнительная характеристика систем управления персоналом на предприятиях с традиционными и современными подходами. Сделан акцент на новейших и современных подходах к управлению персоналом: технологиях подбора кандидатов, методах развития персонала, основных подходах к объяснению содержания понятия «управление персоналом», его видах и особенностях формирования их системы. Определены основные проблемы в формировании эффективной системы управления персоналом и их решение. Также рассматривается современная система управления персоналом, которая сложилась на ведущих отечественных предприятиях под влиянием введения прогрессивных зарубежных технологий управления персоналом и использования зарубежного опыта.

Ключевые слова: управление, система управления, персонал, методы развития персонала, управление персоналом, технологии подбора.

The article deals with theoretical and practical aspects concerning the process of the personnel management system formation features of financial services enterprises and business entities and developing directions for their improvement. One of the totality of the components of an enterprise, as a complete production and economic system, along with the management of activities is personnel management. Basic approaches explain the meaning of the concept of «personnel management», its types and features of the formation of their system. Emphasis is placed on the latest and modern approaches in personnel management: candidate selection technologies, methods of personnel development. Based on the essence of the concept of «management», its specificity for the personnel of the enterprise is considered. The ability to develop adequate models and methods of managing them allows overcoming a large number of negative tendencies in the development of the enterprise and firm. Also, it allows entering the enterprise to a new level of production and economic activity. Key indicators are the general characteristics of the enterprise, analysis of its financial status and international economic activity. The process of formation of personnel management was investigated and problems of risk reduction during its implementation were identified. Considerable attention should be paid to strategic personnel management. In order to achieve this goal, it is necessary to carry out the following research tasks: to analyze the theoretical and practical features of forming a personnel management system; analyzing the situation at enterprises and their sufficient staffing; development of recommendations on improvement of processes of formation of the personnel management system. The process of improving the head of personnel is a combination of problematic issues of the economic situation with the training of practical actions of the manager and specialist in a market economy. Combining effective staff training, advanced training and work motivation to develop employees' capabilities and encourage them to perform higher-level jobs.

Key words: formation, management system, personnel, enterprises, financial services, methods of personnel development, selection technologies.

Постановка проблеми. Основним стратегічним ресурсом підприємства є люди, персонал, його трудові ресурси, вмiле використання потенціалу яких є запорукою успіху в сучасних умовах розвитку суспільних відносин. Умiння виробити адекватні моделі та методи управління ними дає змогу подолати велику кількість негативних тенденцій у розвитку підприємства, вийти підприємству на новий рівень виробничо-господарської діяльності. Отже, підприємства повинні намагатися сформувати таку систему управління персоналом, яка б сприяла забезпеченню їх ефективності, конкурентоспроможності.

Управління підприємством в умовах економічної глобалізації значною мірою пов'язане

з ефективною діяльністю його персоналу. Управління персоналом є складником соціального управління, що являє собою розуміння управління людьми та їх колективами. Особливе місце в загальній проблематиці управління персоналом посідає формування дієвої системи управління персоналом на підприємстві, адекватної умовам його функціонування та здатної забезпечувати досягнення цілей діяльності фірми як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Багато зарубіжних та вітчизняних учених досліджували теоретичні аспекти формування системи управління персоналом: О. Кузьмін, Б. Андрушків, В. Василенко, Л. Балабанова, М. Райсс, І. Петрова, П. Друкер, Т. Хохлова та ін. Вченими сформовано

теоретичне підґрунтя до дослідження такої проблематики: визначено поняття «управління персоналом», визначено основні складники такого управління, досліджено особливості застосування системного підходу до досліджуваної проблеми. Ураховуючи багатогранність досліджуваної проблеми, виникає необхідність детальнішого її вивчення з акцентуванням на прикладні дослідження та визначення основних напрямів формування дієвої системи управління персоналом у нинішніх умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства, виробництво і просування продукції, яка має бути конкурентоспроможною на зарубіжних ринках, великою мірою залежать не тільки від технічного оснащення підприємства, чітко поставленої системи контролю якості продукції, наявності сучасного обладнання, маркетингових діагностик та визначення сегментації ринку, а й від ефективності та професіоналізму співробітників підприємства, ефективної системи управління працівниками. Одним зі складників підприємства як цілісної виробничо-господарської системи поряд з управлінням діяльності є управління персоналом. Зважаючи на різноманітні дослідження, зустрічаються різні варіанти структурування системи підприємства, але завжди виділяється кадровий складник як найважливіша частина системи управління.

На думку колективу авторів під керівництвом д.е.н., проф. О.Є. Кузьміна, персонал – це «весь склад колективу підприємства. Працівники організації – це основний (штатний, постійний) склад працівників підприємства» [5, с. 24]. В Економічній енциклопедії визначення трактується так: «Персонал – особовий склад установи, організації, компанії та частина даного складу, що поділяється за особливістю виконуваної роботи» [4, с. 390]. О.О. Гетьман та В.М. Шаповал розглядають поняття «персонал» як сукупність працівників, що входять до його облікового складу [2, с. 488]. М. Уорнер і М. Пула вважають, що персонал – це люди зі складною сукупністю людських якостей: професійних, мотиваційних, управлінських, соціальних, психологічних та інших, за яким і відрізняється їх від значних факторів виробництва (сировини, енергії, капіталу) [14, с. 112]. Хоча А. Кібанов [6, с. 236] під поняттям «персонал» розуміє особовий склад організації, що охоплює всіх найманих працівників, а також власників, які працюють, і співвласників; основною ознакою персоналу він розглядає наявність трудових відносин із працедавцем, що формуються трудовим договором, а саме контрактом. Таким чином, «персоналом» люди стають під час формування трудових відносин із роботодавцем. Своєю чергою, роботодавець, користуючись послугами (знаннями,

вміннями, навичками) свого персоналу, націлений на максимізацію соціально-економічного ефекту діяльності підприємства від роботи такого персоналу. Це стає можливим лише за умови вмілого управління персоналом.

Л. Балабанова та О. Стельмашенко розглядають управління персоналом як «важливу сферу в управлінській діяльності, важливим об'єктом якої є люди, котрі є складником різних соціальних угруповань, трудові об'єднання. Разом із тим управління персоналом – багатогранний і також складний процес, що пояснюється специфічними особливостями та закономірностями» [1, с. 238]. В. Горецька вважає, що управління персоналом – «це планова та цілісна діяльність керівного складу підприємства, яка спрямовується на розроблення концепцій, принципів кадрової політики та механізмів управління персоналом» [3, с. 18]. І. Павлова стверджує, що «система управління персоналом удосконалює ефективність роботи в організаціях людських ресурсів і вирішує усунення недоліків, які виникають у процесі роботи» [5, с. 6]. Система управління персоналом на підприємстві повинна бути ефективною, спрямованою на задоволення потреб (інтересів) усіх учасників трудових відносин: забезпечити підприємство якісними кадрами, організувати їх продуктивне використання та створити умови для відтворення трудового потенціалу, забезпечуючи відповідну оплату праці.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану та розроблення пропозицій щодо поліпшення процесів і формування системи управління персоналом на підприємствах у сучасних умовах. Для досягнення мети необхідним є виконання таких завдань дослідження: аналізування теоретичних та практичних особливостей формування системи управління персоналом; аналізування ситуації на підприємствах та їх ефективного кадрового забезпечення; розроблення рекомендацій щодо вдосконалення процесів, які формують систему управління персоналом.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах ринкової економіки підприємства передбачають потребу в удосконаленні принципово новітніх заходів у системі управління персоналом із розумінням того, що першочерговим резервом організації є працівники, а також за його межами – споживачі, якість продукції чи послуги, а також конкурентоспроможність, яку забезпечує персонал. Технології, на яких базується ефективність управління персоналом, потребують постійного оновлення та уточнення, оскільки ринкове середовище функціонування національних підприємств постійно змінюється, тому для побудови високоефективної системи управління персоналом необхідно дослідити суть та значення принципів формування відповідної системи в нових умовах ринку.

Сучасна система управління персоналом, яка склалася на провідних вітчизняних підприємствах під впливом впровадження ефективних закордонних технологій управління працівниками та використання закордонного досвіду, включає певні підсистеми: «аналіз та підбір персоналу; планування і наймання персоналу; оцінювання ефективності працівників; організація тренінгів та підвищення кваліфікації працівників; атестація персоналу; керування грошовою винагородою; мотиваційний процес; облік працівників організації; організування процесу трудових відносин на підприємстві; створення комфортних умов для праці; соціальна підтримка; безпека на робочому місці» [6, с. 38]. При цьому «той або інший засіб впливу, певна сукупність операцій і процесів у процедурі формування та реалізації трудового потенціалу визначаються персонал-технологією або технологією управління персоналом» [5, с. 456].

Сучасний стан економіки також визначає нові вимоги до рівня підготовки персоналу, коли спостерігається швидке старіння знань, умінь і навичок персоналу. Сучасна система управління персоналом повинна бути спрямована на стимулювання невинного самостійного самовдосконалення персоналу, яке давало б змогу підприємству йти в ногу з часом. Використовуючи різні методи розвитку, можна управляти компетентністю персоналу (табл. 1).

Багато сучасних компаній проводять перевірку працівників на лояльність до компанії

з використанням технічних засобів. Система Vibralmage є новітньою розробкою вчених і забезпечує безконтактний аналіз психоемоційного полягання людини. Ця технологія безконтактно проводить моніторинг емоційного рівня, визначає ступінь та рівень стресу, тривоги й агресивність людини, а також проводить детекцію брехні в режимі реального часу. Безконтактність системи надає можливість перевіряти благонадійність працівників, не принижуючи їхньої власної гідності і не завдаючи працівникам ніякої шкоди [7, с. 22]. Зокрема, для перевірки працівників на лояльність можна застосовувати новітню технологію Mystery Shopping [7, с. 23]. Технологія припускає здійснення великої кількості агентів, метою яких імітація зовнішнього контакту й оцінка дій працівників у процесі здійснення операції. Можна дізнатися, наскільки лояльний працівник щодо свого роботодавця, наскільки працівники чесні і надійні.

Важливим складником системи управління персоналом є його формування, який включає його підбір та прийняття. Керівництво кожної компанії прагне забезпечити компанію персоналом найвищої кваліфікації. У сучасній практиці зовнішнього підбору кандидатів використовують переважно такі технології, як скринінг, рекрутинг і хедхантинг.

Найпростіший, «поверхневий підбір» персоналу – це скринінг. Він здійснюється за формальними ознаками: освітою, віком, родом, досвідом роботи. За його допомогою здійснюється пошук

Таблиця 1

Порівняння систем управління персоналом на підприємствах

№ п/п	Традиційна система управління персоналом	№ п/п	Сучасна система управління персоналом
1	Орієнтація на оперативні питання	1	Орієнтація на стратегію
2	Орієнтація на стабільність	2	Орієнтація на своєчасну адаптацію системи управління персоналом до змін у зовнішньому середовищі
3	Організаційний імператив	3	Людський фактор
4	Найважливіший ресурс – організаційна структура	4	Найважливіший ресурс, який можна постійно розвивати, – працівники
5	Максимальний розподіл робіт, прості та вузькі спеціальності	5	Оптимальне групування робіт, багатоаспектні спеціальності
6	Зовнішній контроль (керівники, штат контролерів, формальні процедури)	6	Самоконтроль та самодисципліна
7	Пірамідална та жорстка організаційна структура, розвиток вертикальних зв'язків	7	Плоска та гнучка організаційна структура, розвиток горизонтальних зв'язків, які забезпечують ефективну взаємодію підрозділів та працівників
8	Автократичний стиль керівництва	8	Стиль керівництва збудований на зацікавленості усіх працівників у спільному успіху підприємства у цілому
9	Конкуренція та «політична гра»	9	Співробітництво
10	Низька зацікавленість працівника підприємства в його успіху	10	Висока зацікавленість працівників у спільному результаті
11	Діяльність тільки в інтересах підприємства та його підрозділів	11	Діяльність в інтересах суспільства
12	Низька схильність до ризику	12	Орієнтація на інновації та пов'язана із цим схильність до ризику

Джерело: складено за [5, с. 25]

потрібної допоміжної та обслуговуючої ланки персоналу, включаючи формальні якості: досвід роботи, вік, стать, освіту тощо. Як показує дослідження О. Третяк, «рекрутингові компанії отримують резюме кандидатів і відправляють їх компанії-замовнику, яка сама приймає остаточне рішення щодо відбору працівників» [13, с. 389]. Таким чином, найбільш популярні вакансії переважно закриваються за допомогою скринінгу.

Рекрутинг – «поглиблений підбір», який ураховує особистісні характеристики й ділові якості претендента. Здійснюється рекрутинговими агентствами для підбору працівників середньої ланки [10, с. 36]. Такий спосіб підбору персоналу найчастіше використовується із залученням рекрутингових агентств, які здійснюють пошук кваліфікованих фахівців середньої ланки з урахуванням вимог до особистісних та професійних якостей кандидатів, використовуючи існуючі бази кандидатів.

Різновидом рекрутингу можна вважати метод Executive Search, за яким підбираються персонал для керівних посад та фахівці рідкісних професій. «Executive Search на відміну від рекрутингу передбачає ініціативний пошук кандидатів, навіть якщо вони на даний час не зайняті активним пошуком роботи» [12, с. 388].

Найбільш складною і витратною технологією, що передбачає переманювання конкретного фахівця з однієї організації в іншу, є хедхантинг. «За його допомогою рекрутингові компанії здійснюють ретельний пошук висококваліфікованих фахівців найвищої ланки, також ураховують особливості діяльності замовника, вимоги до працівника, використовуючи існуючі бази кандидатів» [11, с. 36].

У стратегії підбору персоналу організації особлива увага повинна приділятися менеджменту людських ресурсів. Пошук працівників із певними навичками, кваліфікацією, досвідом роботи та іншими необхідними характеристиками грає важливу роль у процесі стратегічного управління кадрами. У зв'язку із цим керівництво компанії

приділяє особливу увагу формуванню бренду, значення якого полягає у репутації компанії як роботодавця, щоб бути більш привабливими як для претендентів, так і для власних співробітників.

Окрім підбору та прийняття персоналу, система управління персоналом включає підсистему стимулювання розвитку працівників. Для цього запроваджуються та використовуються на підприємствах різноманітні методи навчання. Реалізуючи різні методики розвитку працівників, можна управляти компетентністю персоналу (табл. 2).

Правове забезпечення системи управління персоналом полягає у розробленні та використанні коштів юридичного впливу на роботодавців і найманих працівників із метою досягнення ефективної діяльності організації, а також дотримання прав і обов'язків сторін, забезпечених законодавством. Іншими словами, до правового забезпечення системи управління персоналом можна віднести нормативно-правові акти, що регулюють трудові відносини.

До правового забезпечення системи управління персоналом передусім відноситься трудове законодавство, а також нормативні акти суміжних областей, наприклад пенсійне законодавство, нормативні акти про захист соціальних і трудових прав окремих категорій громадян і т. д. Акти локального регулювання трудових відносин становлять нормативно-методичне забезпечення системи управління персоналом організації.

Окрім того, трудові відносини регулюються указами, нормативно-правовими актами (конституціями, законами), а також актами місцевого самоврядування, що містять норми трудового права. При цьому всі перераховані нормативно-правові акти не повинні суперечити Трудовому кодексу.

На основі законодавчих актів розробляються внутрішньофірмові документи, що створюють правові рамкові умови для управління персоналом. До числа таких документів можна віднести трудовий договір.

Таблиця 2

Сучасні методи розвитку персоналу підприємства

№ п/п	Метод	Опис, можливість використання
1	Тренінг	Мінімум інформації і максимум вправ на відпрацювання навиків. Застосовується для розвитку навиків невеликої групи осіб
2	Кейс Стаді	Інтерактивна технологія для короткострокового навчання менеджерів на основі бізнес-ситуацій. Мета – навчити аналізувати інформацію, сортувати її для вирішення поставленого завдання, виявляти ключові проблеми, вибирати оптимальне рішення
3	Коучинг	Нова форма консультаційної підтримки, засіб сприяння, допомоги в пошуку вирішень або подолання будь-якої складної ситуації. Завдання коуча – не дати знання або навички, а допомогти людині самостійно знайти їх і закріпити на практиці
4	E-learning	Масовий метод дистанційного навчання у вигляді електронних книг, відеоуроків, комп'ютерних вправ. Ефективність виявляється в переданні знань великій кількості людей
5	Самонавчання	Проходить в індивідуальному порядку за умови стимулювання навчання з використанням різноманітних матеріалів: книг, документації, аудіо-, відео- і мультимедійних програм

Джерело: складено за [6, с. 25]

Таким чином, управління персоналом як одна з функцій управління організацією може розглядатися як частина стратегічного менеджменту. Вітчизняні автори відзначають: для того щоб отримати синергійний ефект, необхідно забезпечити такі умови: хороший розвиток системи адаптації до зовнішнього та внутрішнього ринків праці; наявність гнучкої системи організації роботи використання платіжних систем на основі принципів комплексного обліку особистого внеску та рівня професійної компетентності кожного співробітника (а тому особлива увага повинна приділятися оцінці та оплаті праці працівника); високий рівень участі працівників та робочих груп в обговоренні проблем та управлінських рішень; делегування повноважень підлеглим, що є найважливішим і водночас найскладнішим принципом управління персоналом; функціонування розгалуженої системи комунікацій, яка є інтегруючим чинником у всій стратегічній моделі HR-менеджменту.

Співробітники компанії, як і її клієнти, вільні робити вибір на користь певної компанії, розділяти її цінності, стратегію та критерії успіху. Для довгострокового успішного розвитку організації важливе управління цим вибором на свою користь. Тільки так можна залучити необхідних компанії людей, забезпечити максимальний розвиток їхнього потенціалу та підтримання лояльності.

Система управління персоналом має визначати такі відношення, як взаємоповага, довіра і прозорість, як це вказано в «Кодексі ділової етики» (ООН ГД). Права людини у діловій практиці – один із головних принципів компанії. Підприємства мають підтримувати принципи Глобального договору ООН (ООН ГД) щодо прав людини і праці й прагнути слугувати добрим прикладом дотримання прав людини та добрих практик праці.

Під час пошуку кадрів підприємства в сучасних умовах звертають увагу в першу чергу на працівника як на людину-професіонала зі своїми здобутками та досвідом роботи. Не потрібно забувати про те, що працівник, маючи потенціал та знання, може мати вищу продуктивність праці та вмотивованість, аніж кандидат із великим досвідом. Для перспективних працівників ставляться нові вимоги до рівня їх професіоналізму, компетенції та кваліфікації. Дані вимоги базуються на певних позиціях, таких як: ініціативність, навички працювати довгий час у стресових ситуаціях, креативність, навички швидко обробляти й освоювати велику кількість інформації, адаптивність до змін, ініціативність, здатність швидко та якісно приймати рішення, працювати і переконувати співробітника, можливість продовжувати навчання.

Висновки з проведеного дослідження. Загальним результатом реалізації системи управління персоналом повинні стати професійний ріст працівників (усіх відділів), прийняття якісно-нових

економічних рішень і на їх основі – невпинний приріст темпів випуску продукції і підвищення ефективності виробництва. На всіх рівнях суспільного виробництва система управління персоналом повинна ґрунтуватися виключно на новітніх, часто інноваційних методах підбору, навчання, стимулювання росту та мотивування персоналу.

Основними напрямками подальших досліджень повинні бути конкретизація формування системи управління персоналом для конкретних підприємств з урахуванням сфер господарювання, формування стратегічних засад управління персоналом, формування інноваційних методів управління персоналом підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л., Стельмашенко О. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. № 20/6.
2. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : навчальний посібник ; 2-е вид. Київ : Центр учбової літератури, 2010.
3. Горецкая В. Роль и место управления персоналом в компании. Ужгород : Ранок, 2009.
4. Економічна енциклопедія / відп. ред. С.В. Мочерний. Київ : Академія, 2002. Т. 3.
5. Управління персоналом / О. Кузьмін та ін. Львів : Львівська політехніка, 2011.
6. Кибанов А. Управление персоналом организации. Москва : ИНФРА-М, 2007.
7. Моисеев А. Стержневые технологии нового времени. Киев : КНЭУ, 2007. № 2.
8. Павлова І. Теоретичні аспекти управління персоналом на підприємстві. Київ : КРОК, 2013.
9. Петрова І. Стратегічне управління персоналом: реалії та перспективи. Київ : КНЕУ, 2018.
10. Писаревська Г. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні. Київ : Центр навчальної літератури, 2018.
11. Райсс М. Оптимальна складність управлінських структур. *Проблеми теорії і практики управління*. 2014. № 5.
12. Хохлова Т. Хедхантинг: эксклюзивная технология подбора суперкадров. Київ : КРОК, 2018.
13. Третяк О.П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24.
14. Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. Санкт-Петербург : Питер, 2002.

REFERENCES:

1. Balabanova L., Stelmashenko O. (2010) Strategic management of enterprise personnel in the conditions of market economy. Donetsk : Don NUET. № 20/6.
2. Het'man O. O., Shapoval V. M. (2010) Ekonomika pidpryyemstva: Navch. posib. 2-he vydannya. [Economics of Enterprise: Textbook, 2nd edition]. Kyiv: Center for Educational Literature.

3. Horetskaya V. (2009) Rol' y mesto upravlenyya personalom v kompanyy. [The role and place of personnel management in the company]. Uzhhorod: Ranok.
4. Mochernyy, S. V. (2002) Ekonomichna entsyklopediya. [Economic Encyclopedia]. Kyiv: Academy Publishing Center.
5. Kuz'min O., Protsyk I., Peredalo Kh., Komarnyts'ka B. (2011) Upravlinnya personalom. [Personnel management]. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House.
6. Kybanov A. (2007) Upravlye personalom orhanyzatsyy. [Personnel management of the organization]. Moskva: INFRA-M.
7. Moyshev A. (2007) Sterzhnevyye tekhnolohyy novoho vremeny. [The core technologies of modern times]. Kyiv: KNEU № 2.
8. Pavlova I. (2013) Teoretychni aspekty upravlinnya personalom na pidpryyemstvi. [Theoretical aspects of personnel management at the enterprise]. Kyiv: «KROK».
9. Petrova, I. (2018) Stratehichne upravlinnya personalom: realiyi ta perspektyvy. [Strategic Personnel Management: Realities and Perspectives]. Kyiv: KNEU.
10. Pysarevs'ka H. (2018) Rozvytok rynku rekrutynhovykh posluh v Ukrayini. [Development of the Recruitment Services Market in Ukraine]. Kyiv: Center for Educational Literature.
11. Rayss M. (2014) Optymal'na skladnist' upravlyns'kykh struktur / Problemy teorii i praktyky upravlinnya. [Optimal complexity of management structures / Problems of management theory and practice]. Moskva : Polys#5.
12. Khokhlova T. (2018) Khedkhantynh: eksklyuzyvna tekhnolohyya podbora superkadrov. [Hedhanting: exclusive technology of selection of superframes]. Kyiv: «KROK».
13. Tretyak O.P. (2014) Suchasni personal-tekhnolohiyi u systemi upravlinnya personalom na pidpryyemstvi. [Modern personnel technologies in the personnel management system at the enterprise]. Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine № 24.
14. Pula M., Uornera M. (2002) Upravlye chelovecheskymy resursamy. [Human Resource Management]. St. Petersburg: Peter.

УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

THE IMPROVEMENT OF PRICING IN THE SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES

УДК 338.5

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-28>

Ерфорт І.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
Донбаська державна машинобудівна
академія

Ерфорт Ю.О.

доцент,
доцент кафедри технічної механіки
Донбаська державна машинобудівна
академія

Erfort Irina

Donbass State Engineering Academy

Erfort Yury

Donbass State Engineering Academy

У рамках удосконалення ціноутворення в системі бізнес-процесів підприємства розроблено методичні рекомендації щодо диференціації цін, які визначають порядок проведення цінової диференціації та призначені для ефективного ціноутворення. Вони включають такі основні етапи: сегментування ринку за вибраним параметром, визначення ціни та обсягу продажів в кожному ринковому сегменті, визначення масштабів цінової диференціації. Як основу для оцінки результатів діяльності підприємства прийнято концепцію вартості. Запропоновано класифікацію основних параметрів сегментування ринку для застосування цінової диференціації. Вплив цінової диференціації, яка являє собою послідовність ситуацій прийняття рішення про зміну ціни на певну частину реалізованої продукції, на ефективність діяльності, оцінюється на основі зіставлення маржинальної рентабельності з контрольним рівнем рентабельності інвестованого капіталу підприємства.

Ключові слова: бізнес-процес, ціноутворення, цінова диференціація, сегментування ринку, діапазон цін, внесок у формування прибутку, маржинальна рентабельність.

В рамках усовершенствования ценообразования в системе бизнес-процессов предпри-

ятия разработаны методические рекомендации по дифференциации цен, которые определяют порядок проведения ценовой дифференциации и предназначены для эффективного ценообразования. Они включают такие основные этапы: сегментирование рынка по выбранному параметру, определение цены и объема продаж в каждом рыночном сегменте, определение масштабов ценовой дифференциации. В качестве основы для оценки результатов деятельности предприятия принято концепцию стоимости. Предложена классификация основных параметров сегментирования рынка для применения ценовой дифференциации. Влияние ценовой дифференциации, которая представляет собой последовательность ситуаций принятия решения об изменении цены на определенную часть реализованной продукции, на эффективность деятельности, оценивается на основе сопоставления маржинальной рентабельности с контрольным уровнем рентабельности инвестированного капитала предприятия.

Ключевые слова: бизнес-процесс, ценообразование, ценовая дифференциация, сегментирование рынка, диапазон цен, вклад в формирование прибыли, маржинальная рентабельность.

The methodical recommendations on price differentiation, determining procedures of such differentiation with view of creating efficient price policy are introduced within the frame of a wider purpose of improving pricing mechanisms in the system of business processes. They include three stages: market segmentation with regard to the chosen indicator, determining the price and amount of sales in every market segment and assessing the scale of price differentiation. For assessing business results, the authors use the concept of business value. Market isolation is a compulsory condition of price differentiation, that prevents both the possibility of goods reselling and mitigating the differentiation in market demand expressed by different groups of buyers as it happens when markets are tightly connected. The work proposes the classification of the main characteristics of market segmentation for using price differentiation. The vulnerability of demand to price changes is estimated within price boundaries existing in the particular market segment. The estimation is made by means of modern methods differentiated according the following two main directions which are: conditions of measuring and estimating variable. The conditions of measuring may be uncontrolled or experimentally controlled. Actual purchases or advantages and intentions may be considered as estimated variables. The price and value of sales are determined according to the price strategy for each market segment. If goods and services of the manufacturer are standardized, then there is only one variant of "price-value of sales" for this manufacture in the particular marketing segment. The influence of price differentiation, which can be described as a sequence of decisions resulting in changing price on the part of goods, on the efficiency of business activity is estimated on the basis of comparing marginal profitability with profitability of capital invested. The price segments are grouped by their marginal profitability in descending order and added to the total volume of production until the marginal profitability of newly joined segments exceeds the level of this indicator chosen as a benchmark. The price variation should take place within boundaries efficient from the economic point of view. The price differentiation, which consists in setting prices depending on the particular market situation and conditions, is one of the practical tools of raising sales by means of pricing management. The necessity implement this marketing tool in business practice with view of raising business value explains the importance of introducing methodical recommendations on price differentiation.

Key words: business process, pricing, price differentiation, market segmentation, price range, share in profit creating, marginal profitability.

Постановка проблеми. Під бізнес-процесами розуміють систему безперервних, взаємопов'язаних, відповідним чином упорядкованих і керованих дій (процедур, операцій, виконуваних функцій), яка, своєю чергою, є елементом механізму формування доданої вартості (споживчої цінності), через перетворення організаційних ресурсів, зосереджених на досягненні однієї комплексної цілі, спрямованих на забезпечення продуктивності та ефективності організації у цілому і забезпеченні донесення доданої вартості (споживчої цінності), до цільового ринку через бізнес-модель підприємства [1]. Бізнес-процес координує

поведінку людей, систем, інформації та речей для виробництва продукції та послуг відповідно до бізнес-стратегії.

Управління бізнес-процесами – це галузь знань, що містить будь-яке поєднання моделювання, автоматизації, виконання, контролю, вимірювання та оптимізації потоків бізнес-діяльності для досягнення цілей підприємства, робітників, споживачів та партнерів у межах та за межами підприємства.

Управління бізнес-процесами дає змогу виокремити різні процеси у межах організації, аналізувати їх від початку до кінця та поліпшувати на постійній основі. Ця діяльність дає змогу

керівникам організації оптимізувати бізнес-процеси та надає можливість більшого впливу на результати діяльності.

Добре організоване управління бізнес-процесами може зменшити втрати, допомогти уникнути помилок, зберегти час та створити кращі продукти або послуги. Воно постійно забезпечує поліпшення, оскільки управління бізнес-процесами – не одноразове завдання. Керівники організації та управляючі бізнес-процесами зосереджені на пошуку нових шляхів оптимізації бізнес-процесів, оскільки промислові та ринкові зміни формують нові загрози та можливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розгляду питань визначення категорії «бізнес-процес» та їх класифікації приділяється значна увага у сучасних дослідженнях. Зокрема у роботі [2] проведено аналіз наукових підходів до класифікації та типології економічної категорії «бізнес-процеси», виявлено ключові характеристики їх видів та розроблено авторську класифікацію, яка стала науковим підґрунтям структурно-ієрархічної моделі управління бізнес-процесами – практичного інструменту управління напрямками діяльності підприємства.

Науковцями Б.М. Андрушківим та Л.М. Мельник [3] досліджено сутність категорії «бізнес-процес підприємства», систематизовано види бізнес-процесів підприємства, сформовано перелік характерних рис бізнес-процесу, представлено систему бізнес-процесів верхнього рівня, характерних для підприємства, а також зроблено детальний опис їхніх характеристик.

Авторами [4] розглядаються взаємозв'язок і взаємозалежність бізнес-систем та бізнес-процесів підприємств.

У роботі [5] обґрунтовується необхідність інтеграції процесного менеджменту та ІТ-менеджменту.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення рекомендацій щодо вдосконалення ціноутворення в системі бізнес-процесів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Відповідно до існуючої класифікації, бізнес-процеси підприємства поділяються на основні, забезпечуючі, бізнес-процеси управління та бізнес-процеси розвитку.

Ціноутворення є бізнес-процесом управління і, відповідно, має «вхід», «процес» і «вихід». Вхідними параметрами є витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, прибуток, економічна цінність продукції для споживача (рис. 1). Вихідним параметром є ціна продукції,

Важливо, що бізнес-процеси спрямовані на одержання певного результату. Як основу для оцінки результатів діяльності підприємства прийнято концепцію вартості, основні положення якої, а також методи оцінки й управління досліджуються у працях таких учених, як П. Дойль [6], Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін, які є спеціалістами консалтингової фірми McKinsey & Company [7], К. Уолш [8], М. Скотт [9].

У роботі [10] обґрунтовано вибір концепції вартості як найбільш прийнятної методологічної основи для оцінки результатів діяльності підприємства. Авторами [11] запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності цінних рішень, який ґрунтується на співставленні маржинальної рентабельності з рентабельністю інвестованого капіталу, яка є показником вартості підприємства.

Цінові зміни повинні здійснюватися в економічно ефективних межах.

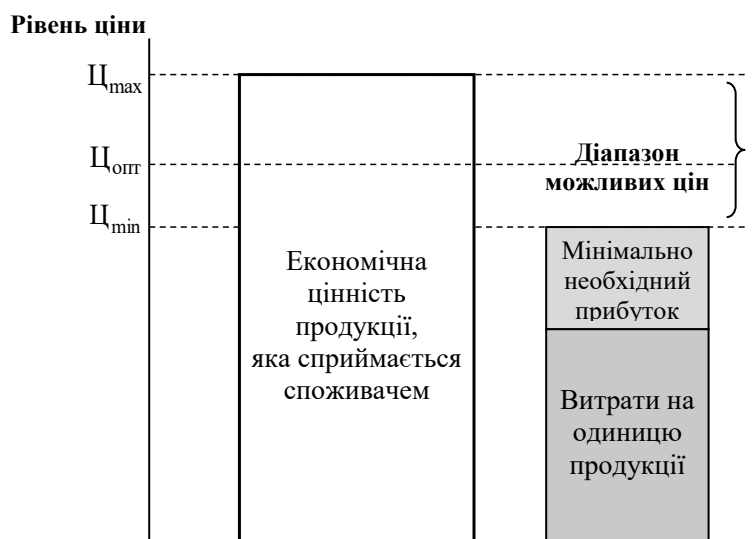


Рис. 1. Вхідні параметри ціноутворення та діапазон можливих цін

Джерело: розроблено авторами

Одним з основних тактичних інструментів збільшення обсягів продажів за допомогою управління цінами є диференціація цін, що передбачає встановлення системи цін залежно від специфіки ринкових умов. Необхідність практичного використання цього тактичного маркетингового інструменту збільшення вартості підприємства зумовила розроблення методичних рекомендацій щодо диференціації цін.

Для опису розроблених методичних рекомендацій використовується така термінологія:

Сегментування ринку – розбивка ринку на окремі ізольовані групи покупців, попит яких на продукцію підприємства різний.

Діапазон цін – усі значення ціни вище мінімального, але нижче максимального на даний вид продукції.

Масштаб цінової диференціації – набір ринкових сегментів, включених до загального обсягу діяльності підприємства.

Внесок у формування прибутку – різниця між ціною і змінними витратами.

Маржинальна рентабельність – відношення внеску у формування прибутку до змінних витрат підприємства.

Розроблені методичні рекомендації щодо диференціації цін включають в себе три етапи: сегментування ринку за вибраним параметром, визначення ціни та обсягу продажів у кожному ринковому сегменті, визначення масштабів цінової диференціації.

1. Сегментування ринку за обраним параметром

Визначення основи для сегментації ринку відповідно до запропонованої класифікації параметрів (рис. 2) і проведення сегментування ринку за вибраним параметром.

Необхідними умовами використання цінової диференціації є ізольованість, що виключає можливість перепродажу продукції, і різний попит на неї з боку окремих груп покупців.

2. Визначення ціни й обсягу продажів у кожному ринковому сегменті

Вимір цінової чутливості попиту в межах діапазону цін, що склалися на даний період часу на

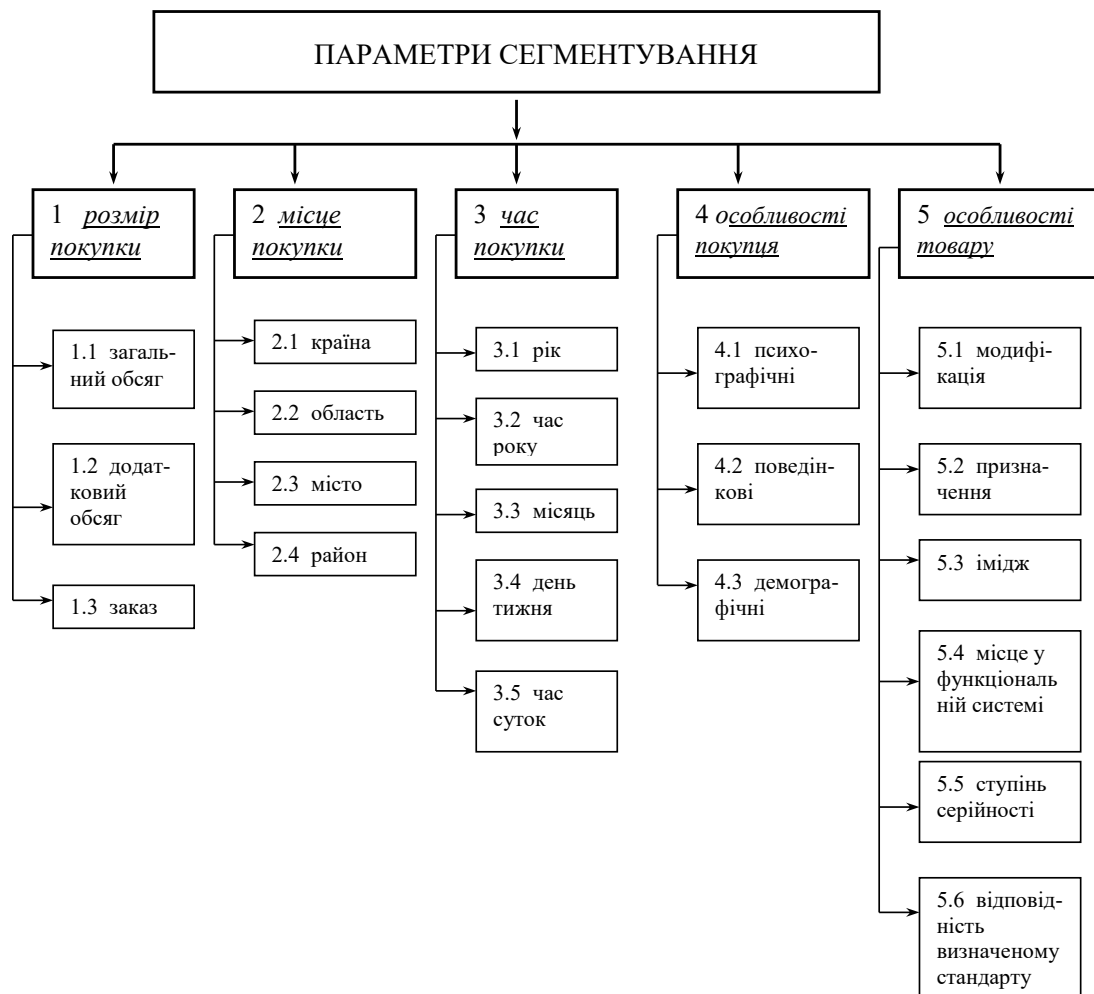


Рис. 2. Класифікація основних параметрів сегментування ринку для застосування цінової диференціації

Джерело: розроблено авторами

кожному ринковому сегменті, з використанням існуючих методик, які різняться за двома головними напрямками: за умовами вимірювання і за вимірюваною змінною величиною. Умови вимірювання можуть бути неконтрольованими або експериментально контрольованими. Вимірюваними змінними можуть виступати фактичні покупки або переваги і наміри.

Відповідно до цінової стратегії, для кожного сегмента ринку визначення ціни реалізації та обсягу продажів. Якщо продукція підприємства стандартизована, то в окремому ринковому сегменті для нього існує єдине співвідношення «ціна – обсяг продажів».

3. Визначення масштабів цінової диференціації

Вплив цінової диференціації, яка являє собою послідовність ситуацій прийняття рішення про зміну ціни на певну частину реалізованої продукції, на ефективність діяльності, оцінюється на основі зіставлення маржинальної рентабельності з контрольним рівнем рентабельності інвестованого капіталу підприємства.

Показник маржинальної рентабельності продукції для кожного з виділених ринкових сегментів розраховується за формулою:

$$P_{Mi} = \frac{Ц_i - 3}{3}, \quad (1)$$

де $Ц_i$ – ціна реалізації продукції підприємства в i -му сегменті;

3 – питомі змінні витрати на виробництво і реалізацію продукції.

Ринкові сегменти групуються по спадаючій показника маржинальної рентабельності і послідовно приєднуються до загальної обсягу діяльності до тих пір, поки маржинальна рентабельність продукції, яка реалізується в приєднаних сегментах, перевищує контрольний рівень рентабельності інвестованого капіталу підприємства ($P_{Mi} > P_K$).

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, у рамках удосконалення ціноутворення в системі бізнес-процесів підприємства розроблено методичні рекомендації щодо диференціації цін, які визначають порядок проведення цінової диференціації та призначені для ефективного ціноутворення. Вони включають такі основні етапи: сегментування ринку за вибраним параметром, визначення ціни та обсягу продажів у кожному ринковому сегменті, визначення масштабів цінової диференціації.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розроблення формалізованих алгоритмів для практичного застосування даних методичних рекомендацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. 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.
2. Чорнобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: класифікація та структурно-ієрархічна модель. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 22. № 2. С. 171–182.
3. Андрушків Б.М., Мельник Л.М. Формування системи бізнес-процесів підприємства у контексті сталого розвитку. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Вип. 2(1). С. 91–97.
4. Стадник В., Іжевський П. Бізнес-системи та бізнес-процеси сучасних підприємств: взаємозв'язок і взаємозалежність структур та ефективності. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2018. Вип. 1(18). С. 137–148.
5. Fatemeh R.Ch., Møller L.H. Business process management and IT management: The missing integration. *International Journal of Information Management*. 2016. Vol. 36. Issue 1. P. 142–154. URL : <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.10.004> (accessed: 10 January 2020).
6. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 480 с.
7. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление / пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2000. 576 с.
8. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента. Как анализировать, сравнивать и контролировать данные, определяющие стоимость компании / пер. с англ. Москва : Дело, 2000. 360 с.
9. Скотт М. Факторы стоимости: Руководство для менеджеров по выявлению рычагов создания стоимости / пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2000. 432 с.
10. Ерфорт И.Ю., Ерфорт Ю.А. Система показателей оценки результатов операционной деятельности промышленного предприятия. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2006. № 2(4). С. 263–267.
11. Ерфорт И.Ю., Ерфорт Ю.А. Оценка эффективности изменения цен предприятия. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2008. № 3(13). С. 88–91.

REFERENCES:

1. Chornobai L.I., Duma O.I. (2013) Biznes-protsesy pidpriemstva: zahalna kharakterystyka ta ekonomichna sut [Business-process of the enterprise: general description and economical essence]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Management and Entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*, no. 769, pp. 125-131.

2. Chornobai L.I., Duma O.I. (2015) Biznes-protsesty pidpriemstva: klasyfikatsiia ta strukturno-iierarkhichna model [Business processes of the enterprise: classification and structural and hierarchical model]. *Ekonomichnyy analiz*, vol. 22, no. 2, pp. 171-182.

3. Andrushkiv B. M., Melnyk L. M. (2015) Formuvannia systemy biznes-protsestv pidpriemstva u konteksti staloho rozvytku [Formation of business processes system of enterprises in the context of sustainable development]. *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*, issue. 2(1), pp. 91-97.

4. Stadnyk V., Izhevskiy P. (2018) Biznes-systemy ta biznes-protsesty suchasnykh pidpriemstv: vzaiemozviazok i vzaiemozalezhnist struktur ta efektyvnosti [Business systems and business processes of modern enterprises: the interconnection and interdependence of structures and efficiency]. *Socio-economic problems and the state*, issue. 1(18), pp. 137-148.

5. Fatemeh R. Ch., Møllerb L. H. (February 2016) Business process management and IT management: The missing integration. *International Journal of Information Management*, vol. 36, issue 1, pp. 142-154. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.10.004> (accessed 10 January 2020).

6. Doyl' P. (2001) *Marketing, orientirovanny na stoimost'* [Value focused marketing]. Saint Petersburg: Piter. 480 pp. (in Russian).

7. Kouplend T., Koller T., Murrin Dzh. (2000) *Stoimost' kompaniy: otsenka i upravlenie* [Company value: evaluation and management]. Moscow: ZAO «Olimp-Biznes». 576 pp. (in Russian).

8. Uolsh K. (2000) *Klyuchevye pokazateli menedzhmenta. Kak analizirovat', sravnivat' i kontrolirovat' daniye, opredelyayushchie stoimost' kompanii* [Key indicators of management. How to analyze, compare and control data influencing company value]. Moscow: DELO. 360 pp. (in Russian).

9. Skott M. (2000) *Faktory stoimosti: Rukovodstvo dlya menedzherov po vyyavleniyu ryuchagov sozdaniya stoimosti* [Factors of value: Guidance for managers to reveal key factors of creating value]. Moscow: ZAO «Olimp-Biznes». 432 pp. (in Russian).

10. Erfort I.Yu., Erfort Yu.A. (2006) Sistema pokazateley otsenki rezul'tatov operatsionnoy deyatel'nosti promyshlennogo predpriyatiya [The system of indicators for evaluating results of the operational activities of the industrial enterprise]. *Herald of the Donbass State Engineering Academy*, no. 2(4), pp. 263-267.

11. Erfort I.Yu., Erfort Yu.A. (2008) Otsenka effektivnosti izmeneniya tsen predpriyatiya [Estimation of the efficiency of price changes on the enterprise]. *Herald of the Donbass State Engineering Academy*, no. 3(13), pp. 88-91.

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ХАРЧУВАННЯ

INTERDISCIPLINARY METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE STUDY OF FOOD SPHERE ENTERPRISES' MANAGEMENT PROCESSES

Специфіка процесів управління підприємствами сфери харчування зумовлює необхідність формування особливого методологічного підґрунтя досліджень, об'єктом яких є міжгалузеві наукові дослідження, а предметом – методологія вирішення міжгалузевих наукових проблем. Більшість сучасних публікацій із питань методології дослідження процесів управління підприємствами обмежена логікою функціонування та розвитку замкнених соціально-економічних систем, які не можуть бути безпосередньо імplementованими до багатогалузевих інтегральних природно-соціально-економічних моделей, до яких належить сфера харчування. Метою дослідження є систематизація методологічних підходів до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування в частині міждисциплінарних методологічних підходів, до яких віднесено: інформаційний, стратегічний, просторовий, ситуаційний, динамічний, логічний, процесний, творчий, діяльнісний, рефлексивний, інтуїтивний, кількісний, нормативний, програмно-цільовий.

Ключові слова: методологія, міждисциплінарні методологічні підходи, управління, сфера харчування, підприємство.

Специфика процессов управления предприятиями сферы питания предопределяет

необходимость формирования особой методологической основы исследований, объектом которых являются межотраслевые научные исследования, а предметом – методология решения межотраслевых научных проблем. Большинство современных публикаций по вопросам методологии исследования процессов управления предприятиями ограничено логикой функционирования и развития замкнутых социально-экономических систем, которые не могут быть непосредственно реализованы в многоотраслевых интегральных природно-социально-экономических моделях, к которым относится сфера питания. Целью исследования является систематизация методологических подходов к исследованию процессов управления предприятиями сферы питания в части междисциплинарных методологических подходов, к которым отнесены: информационный, стратегический, пространственный, ситуационный, динамичный, логический, процессный, творческий, деятельностный, рефлексивный, интуитивный, количественный, нормативный, программно-целевой.

Ключевые слова: методология, междисциплинарные методологические подходы, управление, сфера питания, предприятие.

УДК 658.27:642.5

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-29>

Зубков С.О.

к.е.н., доцент,
професор кафедри економіки та управління
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Zubkov Serhii

Kharkiv State University of Food Technology and Trade

The specificity of food sphere enterprises' management processes necessitates the formation of special methodological basis for research, the object of which is cross-sectoral scientific research, and the subject is the methodology of inter-branch scientific problems solving. Most of the modern publications on the enterprise management research methodology are limited by the logic of functioning and development of closed social and economic systems, which cannot be directly implemented to the multi-sectoral integrated natural and social and economic models which include food sphere. The «food sphere» covers all structures which activities are aimed at achieving the main goal of the population's food demand meeting. Food sphere structure according to the functional management consists of four sectors: industries which produce food raw material (agriculture and forestry, fisheries and hunting); industries which process food raw material into food products (food industry); industries which sell food products (wholesale and retail, food markets, corporate trade); industries which organize food products consumption (restaurants, social catering). Methodological approaches to the study of food sphere enterprises' management processes are systematized by decomposition of modern methodological approaches to scientific researches, such as general scientific, interdisciplinary and specific. The methodological basis for the classification features selection is the necessity to fulfill the requirement of applied complex solution and theoretical scientific problems in the study of complex social and economic processes in the food sphere enterprises' integrated management system. The study purpose is systematization the methodological approaches to the study of food businesses management processes in terms of interdisciplinary methodological approaches, which include: informational, strategic, spatial, situational, dynamic, logical, process, creative, active, reflective, intuitive, quantitative, normative, program-oriented approaches. The systematic set of theoretical interdisciplinary methodological approaches allows to reveal the specifics of the study of the food sphere phenomenon as an integrated natural-socio-economic system, and their combined use provides scientific validity of solving the problems of studying the food sphere enterprises' management processes.

Key words: methodology, interdisciplinary methodological approaches, management, food sphere, enterprise.

Постановка проблеми. Специфіка процесів управління підприємствами сфери харчування, до яких належать підприємства агропромислового сектору, харчової промисловості, торгівлі та ресторанного господарства, що послугуються інтегральними моделями природно-соціально-економічних систем, зумовлюють необхідність формування особливого методологічного підґрунтя досліджень, об'єктом яких є міжгалузеві наукові дослідження, а предметом – методологія вирішення міжгалузевих наукових проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічна наукова проблема даного

дослідження полягає у тому, що більшість сучасних публікацій із питань методології дослідження процесів управління підприємствами обмежена логікою функціонування та розвитку замкнених соціально-економічних систем [1–7], які не можуть бути безпосередньо імplementованими до багатогалузевих інтегральних природно-соціально-економічних моделей, до яких належить сфера харчування.

Постановка завдання. Метою дослідження є висвітлення результатів систематизації методологічних підходів до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування в частині міждисциплінарних методологічних підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

До групи міждисциплінарних методологічних підходів, що притаманні проведенню економічних наукових досліджень, віднесено підходи, які слугують спільними підставами прикладних досліджень теоретико-пізнавального й аналітичного спрямування: інформаційний, проблематичний, динамічний, просторовий, ситуаційний, стратегічний, логічний, процесний. Окрім того, виділено специфічні підходи, що властиві специфіці теоретико-пізнавальних засобів досліджень – творчий, рефлексивний та аналітичних засобів досліджень – кількісний, нормативний, програмно-цільовий.

В основі *інформаційного підходу* лежить принцип інформаційності, згідно з яким: інформація є універсальною, фундаментальною категорією; практично всі процеси та явища мають інформаційну основу; інформація є носієм змісту всіх процесів, що відбуваються в природі та суспільстві; всі існуючі в природі та суспільстві взаємозв'язки мають інформаційний характер [8; 9].

Застосування інформаційного підходу обґрунтоване тим, що за відсутності необхідної інформації у ретроспективних та проспективних дослідженнях призводить до низькоінформативної слабо розвиненої системи поточного аналізу, контролю та коригування поточної діяльності; низького рівня обґрунтованості управлінських рішень та підготовки відповідних документів; недостатнього використання науково-методичного арсеналу стратегічного планування; догматичної гіперболізації значення цифрових показників.

Існуючі інформаційні системи здебільшого надають і характеризують інформацію, що зорієнтована переважно на внутрішнє середовище: технологію, організацію виробництва, торгівлі, надання послуг; фінансово-економічні ретроспективні показники тощо. Інформація про зовнішнє середовище має фрагментарний, несистемний характер. Стратегічні інформаційні потреби дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування під час обґрунтування стратегії розвитку охоплюють широкий спектр чинників, що можуть вплинути на довгострокову діяльність.

Стратегічна діяльність потребує надійного інформаційного забезпечення у вигляді баз стратегічних даних, допущень і прогнозів. Створення такого забезпечення має відбуватися у двох напрямках: нагромадження інформації та її обробка. Оцінка зовнішнього середовища, аналіз поточних узагальнених результатів об'єднань конгломеративного типу та аналіз конкуренції у комплексі забезпечують обґрунтоване прогнозування стратегічних рішень щодо оптимального функціонування сфери харчування, участі (або ні) конкретного підприємства в процесах, які зумовлюють особливості її функціонування (постачання, збуту, системі фінансування, тощо) [6; 10].

База стратегічних даних використовується для оцінки поточного становища, застосовується для визначення прояву процесів у майбутньому та для прийняття стратегічних рішень. Специфіка дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування зумовлює таку структуру її підсистем: сильні та слабкі сторони підприємств сфери харчування, загрози та можливості (з оцінкою рівня ризику), що існують у зовнішньому середовищі; рівень конкуренції та критерії конкурентоспроможності в суміжних галузях; стан економіки у цілому; ситуація на суміжних ринках тощо.

Ефективна організація поточної діяльності підприємств сфери харчування потребує своєчасної, конкретної та точної інформації щодо одержаних результатів господарювання. База інформаційно-управлінських даних щодо функціонування сфери харчування дає змогу нагромаджувати інформацію про минуле й сучасне, мати уявлення про реальні справи на цілому та в конкретний відрізок часу, відслідковувати події в зовнішньому середовищі.

Значущість *стратегічного підходу* до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування зумовлена її інтеграційною структурою та управлінням на стратегічних засадах [6; 10; 11]. Спираючись на тлумачення інтеграції з позиції стратегічного менеджменту, встановлення зв'язків у інтегрованих господарчих структурах, які забезпечують контроль та зближення інтересів учасників, здійснюється на засадах горизонтальної, вертикальної та діагональної інтеграції. Виходячи із цього, дослідження мають проводитися [12–15]:

- за умов горизонтальної інтеграції: у напрямі вивчення взаємозв'язків між однопрофільними компаніями-учасницями;

- за умов вертикальної інтеграції: якщо вона є прогресивною – переважно у напрямі дослідження споживачів продукції та послуг; якщо вона є регресивною – переважно у напрямі постачальників ресурсів;

- за умов діагональної інтеграції: у напрямі дослідження пов'язаних процесів, що виходять за межі сфери харчування.

Управління сферою харчування на засадах стратегічного підходу є послідовним ітераційним процесом за певними складниками, за якими у подальшому визначають напрями дослідних робіт із вивчення процесу управління підприємствами сфери харчування за схемою «складники управління → досягнення цільових орієнтирів, виконання запланованих завдань → ефективність стратегічного менеджменту»:

- встановлення цілей;
- визначення «стратегічного набору» та заходів щодо реалізації стратегій;

- передбачення послідовності дій та закріплення її у планах, проєктах і програмах, що є інструментами реалізації стратегій;

- організація виконання планових завдань;
- облік, контроль та аналіз їх виконання.

Дотримання методологічних принципів стратегічного підходу дає змогу аналізувати ступінь та ефективність використання концепції управління на засадах стратегічного розвитку підприємств сфери харчування.

До необхідності використання *просторового підходу* призводить розуміння того, що функціонування сфери харчування відбувається у певному економічному просторі, який, із позиції даного дослідження, трактується як просторова форма процесів самореалізації економічних суб'єктів, що відображає об'єктивні відносини їх співіснування, в основі яких лежать критерії масштабності, диспозитивності, зв'язності, кореспондентності, комутаності, обміну ресурсами та інформацією суб'єктних і об'єктних одиниць, що містяться в загальних або взаємодіючих системах [16; 17].

Економічний простір формується інформаційними потоками, які циркулюють між складниками сфери харчування та становлять вихідну передумову щодо застосування у дослідженнях процесів управління підприємствами сфери харчування інформаційного підходу [8]. У рамках просторового підходу сфера харчування має розглядатися як сегмент економічного простору, де діяльність економічних агентів та їх відносини формуються і розвиваються у складних інституційних умовах економічної координації, де численні взаємодіючі чинники різної природи породжують флуктуації процесів «кооперації/поділу». Це впливає на становлення, функціонування і розвиток підприємств, а на відношення між економічними процесами серед суб'єктів господарювання та сукупним економічним процесом значною мірою впливають результати, які генерує економічна діяльність [18–20].

В умовах перманентних криз в українській економіці та посиленої конкуренції, що є специфічною рисою сфери харчування, необхідно підвищувати оперативність проведення досліджень. За цих умов логічним є використання принципів та пошукового інструментарію *ситуаційного підходу*. Прикладне застосування даного підходу в комплексі з іншими запропонованими методологічними підходами, зокрема системним, процесним, просторовим, дає можливість підвищити релевантність та якість дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування. Завдяки своїм методологічним властивостям за даним підходом розгляданню підлягають конкретні обставини, які впливають на систему управління в поточний момент часу.

На засадах *ситуаційного підходу* визначається доцільність застосування інструментів та методів досліджень, оскільки найефективнішим методом під час вирішення конкретного завдання є той, аналітичний апарат якого максимально

адаптований до його особливостей. Застосування підходу ґрунтується на альтернативності досягнення однієї й тієї ж мети під час обліку поточних обставин. Вивчення ситуації, що склалася, з використанням оптимального інструментарію призводить до кращого розуміння не тільки причин, які її зумовили, а й виявлення напрямів та дій щодо подальшого впливу на ситуацію, які сприятимуть досягненню цілей дослідження систем управління в конкретних умовах і обставинах.

Відповідно до внутрішньої логіки створення та функціонування сфери харчування, можна стверджувати, що дослідження повинні проводитися як мінімум у трьох вимірах: просторовому, часовому та технологічному. Перший пов'язаний з аспектами системної взаємодії та цілісності її функціонування як економічної системи, із соціально-економічними системами певного територіального простору, а також нерівномірності та полярності розвитку економічного (інформаційного, ресурсного, інституційного) простору (див. просторовий підхід). Другий передбачає виділення етапів життєвого циклу: її формування, реалізації та оцінки її результативності та ефективності. Третій відображує роль використовуваних технологій у широкому сенсі їх трактування: виробничих, обслуговування, маркетингових тощо.

Подібний підхід є системно-динамічним. Зростання, розвиток, диференціювання, поява нових рівнів (підсистем), зміна напрямів розвитку, градація і деградація були описані в рамках системно-динамічного походу на елементарному рівні як нової наукової парадигми проф. В.А. Бринцевим [21]. За даного підходу сферу харчування слід вивчати як складну систему з безліччю циклів, узгоджених між собою. Узгодження систем – процес безперервний і може відбуватися за часовою та просторовою компонентами. Внутрішнє узгодження підсистем за часом дає змогу говорити про появу єдиних темпосвітів. Просторове узгодження може відбуватися як за розмірами підсистем, так і за їхньою формою. Оскільки простір і час є похідними руху, то реально узгоджується між собою динаміка систем, що виражається в їх просторово-часових та енергетичних параметрах. Якщо цей опис адаптувати до умов функціонування багаторівневої багатоциклічної системи, якою є сфера харчування, то за системно-динамічним підходом слід дослідити сполучення та ступінь гармонізації систем одного та різних рівнів цієї організації. Це значно поліпшить пізнавальні результати досліджень.

Конкретизуючи зміст динамічного підходу, слід зазначити, що у цьому ракурсі розуміння поведінки господарюючих суб'єктів сфери харчування ґрунтується на динамічній теорії, яка розглядає підприємство як суб'єкт, що активно впливає на параметри ринкової структури. Застосування

системно-динамічного підходу дає розуміння ефекту, який чинить на ринок фактичні результати параметри підприємств сфери харчування, а також можливі їх зміни, що дає змогу порівняти альтернативні моделі ринкової поведінки, більш повно аналізувати процес конкурентної боротьби з урахуванням зворотних зв'язків і впливу конкурентів один на одного.

Дотримання логіки досліджень процесів управління підприємствами сфери харчування дає можливість раціонально діяти, починаючи від висування гіпотези і закінчуючи завершенням дослідження й оформленням результатів. *Логічний підхід* актуалізує аналіз загальних умов і передумов, що ініціюють організаційні перетворення у сфері харчування, зокрема таких фундаментальних процесів, як концентрація і централізація ресурсів, посилення взаємозв'язків та взаємозалежностей господарських одиниць, забезпечення цілісності відтворювальних процесів.

Чисто логічний підхід до вирішення проблем даного дослідження є безперспективним, тому під час вивчення процесів управління підприємствами сфери харчування передбачено гібридне застосування системно-логічного, структурно-логічного, формально-логічного, систематизаційно-логічного, інформаційно-логічного підходів.

Застосована логіка пошукової діяльності має багатоплановий прояв, оскільки науковий пошук за логічного підходу представлений різними аспектами. Із погляду об'єкта дослідження логіка пошуку формується у міру виявлення логіки об'єкта, його зв'язків і відносин. Із погляду етапів наукового пошуку є своя логіка, яка розкриває дане тематичне спрямування щодо обґрунтування стратегії розвитку підприємств сфери харчування, яка полягає у висуванні й обґрунтуванні проблеми, розробленні гіпотези, послідовному переході від одного етапу до іншого й зворотному впливові результату на постановку проблеми.

Логіка даного наукового дослідження охоплює специфічні методи, прийоми і принципи, які визначають характер пізнавального процесу стосовно результативності у сфері харчування. Такими методами є індукція, абдукція (ретродукція), аналогія. Прикладне призначення полягає у тому, що вона допомагає робити узагальнення, переносячи знання, отримане на основі дослідження деякої частини явищ, на весь клас у цілому. Абдукція сприяє вибору з конкуруючих гіпотез тієї, яка має більше перспектив. Аналогія дає змогу знаходити структурну схожість досліджуваних явищ і широко використовує для аналізу математичний апарат.

Діяльність та поведіння учасників сфери харчування розглядається нами як процес, комплекс безперервних взаємопов'язаних управлінських функцій та дій, починаючи з прогнозування та закінчуючи контролем, кожна з яких також є

процесом. Необхідність розгляду всіх функцій управління сферою харчування в єдності та необхідність дослідження послідовної зміни станів її суб'єктів та об'єктів у розвитку зумовлюють використання *процесного підходу*.

За цим підходом виконання кожної роботи та загальних функцій управління розглядається у вигляді процесу, тобто як сукупність взаємопов'язаних безперервно виконуваних дій, що перетворюють певні входи ресурсів, інформації тощо на відповідні виходи, результати. Вихід одного процесу може бути входом для іншого, а сам процес управління визначається сумою усіх функцій, що виконуються. У рамках даного підходу вивчення процесів управління підприємствами сфери харчування розглядається як виконання дослідницьких робіт та загальних управлінських функцій щодо їх реалізації (дослідного управлінського циклу) у вигляді процесу – безперервної серії взаємопов'язаних дій, тобто як роботу з досягнення цілей дослідження. За умов використання процесного підходу забезпечено вивчення всієї сукупності безперервно здійснюваних дій за всіма дослідними роботами з їх ідентифікацією.

Процесний підхід до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування передбачає включення до кола досліджень усієї сукупності взаємопов'язаних управлінських функцій у сфері харчування: прогнозування, планування, організації робіт, координації, виконання робіт, регулювання, активізації й стимулювання, обліку, контролю та аналізу, які забезпечують досягнення цілей сфери харчування та передбачають орієнтацію на споживача за допомогою управління процесами.

Обґрунтування використання процесного підходу зумовлене його ексклюзивними аналітичними властивостями, які є необхідними у даному дослідженні: безперервність взаємозалежного проведення дослідницьких робіт; отримання синергетичного дослідного результату; виконання вимог до повноти й обґрунтованості проведення досліджень; поліпшення процесів, заснованих на об'єктивних результатах дослідження.

Із позиції *творчого підходу* є можливість здійснювати дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування як свідомий процес пошуку нетрадиційних рішень, використання нових методів, розроблення спеціальних оригінальних прийомів. Використання таких інструментів творчого підходу, як уявлення, інтуїція, гнучкість мислення, сприйнятливості до нових ідей, уміння усвідомлювати накопичений досвід, трансформується у генерацію шуканих дослідницьких ідей, розроблення й оцінку альтернатив, уміння адаптувати стосовно даного дослідження оригінальні ідеї і досвід з інших сфер та творчо їх використовувати.

Із позиції діяльнісного підходу є можливість урахувати особливості її стрижневого елементу – споживача, з одного боку, а також наявність людської компоненти, як у процесі управління сферою харчування, так і під час проведення досліджень – з іншого. За даним підходом до компонентів наукових пошуків слід ввести розділ з аналізу взаємодії суб'єктів соціальних відносин із приводу формування та розвитку елементів економічного середовища, що забезпечують необхідні умови для активної реалізації ідей стратегічного управління сферою харчування і на цій основі – задоволення потреб взаємодіючих суб'єктів.

Специфіку теоретико-пізнавального спрямування даних досліджень відображує використання методологічних засад *рефлексивного підходу*, котрий дає змогу вирішувати завдання даних досліджень, що потребують урахування умов часткової невизначеності. Реалізація принципів цього підходу дає змогу здійснювати дослідження не лише за детермінованими фактами, а й залучати використання професійного сприйняття реальності та її осмислення. Це підвищує рівень ефективності результатів та є актуальним для даних досліджень, оскільки у ситуації часткової інформаційної невизначеності, що об'єктивно може скластися, ступінь глибини аналізу значною мірою залежить від знань та досвіду наукових співробітників. Основою рефлексивного підходу служить систематизована та доступна для обробки об'єктивна інформація щодо внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування сфери харчування у необхідному обсязі. Її джерелом виступають наявні знання і практичний досвід виконавців дослідних робіт.

Із *рефлексивним підходом* логічно пов'язаний інтуїтивний підхід, реалізація якого у процесі досліджень дає можливість компенсувати обмежене в обсязі явне знання дослідника тим, що недостатність фактів компенсується його досвідом та інтуїцією. Тому процес дослідження має проводитися як рефлексивно, так і інтуїтивно, тобто на основі дослідницького «чуття».

Проведення дослідних робіт розрахунково-аналітичного спрямування реалізується засобами кількісного, нормативного, програмно-цільового наукових підходів.

Кількісний підхід у даному дослідженні є загальною характеристикою всіх необхідних прийомів, пов'язаних із застосуванням математики, статистики, кібернетики, що дають змогу отримати кількісні оцінки за допомогою економічних розрахунків, методів оптимізації, використання статистичних і математичних теорій, експертних оцінок, системи балів та ін. Для оцінювання ефективності управління необхідно формалізувати та виміряти фактичний та очікуваний результати, оскільки їх порівняння дає змогу всебічно оцінити результат функціонування системи управління. Виконати цю

вимогу можливо на засадах кількісного підходу, який під час дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування реалізується через пошук і встановлення залежності між різними показниками діяльності окремих підприємств та інтегрованих структур.

Одним із вимірників ефективності управління (керуючих дій) системою харчування є ступінь відповідності фактичного або очікуваного результату запланованому, бажаному, що виступає нормативом, який ми трактуємо як ступінь досягнення цілей. *Нормативний підхід* до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування реалізується через створення певних умов. А саме: включення в зміст її управлінського процесу розроблення філософії, цілей, що забезпечують рух (функціонування) інтегрованих складників до певної мети, підприємницької політики, визначених позицій у конкурентній ніші ринку, сформованих загальних стратегічних намірів з установами нормативів управління за всіма підсистемами управління.

За належної нормативної регламентації діяльності елементів сфери харчування за допомогою нормативного підходу забезпечуються якість та ефективність досліджень за такими напрямками:

- дослідження цільової підсистеми менеджменту: показники організаційно-технічного рівня конгломерації, параметрів ринку, соціального розвитку;

- функціональний напрям: нормативи організації системи менеджменту, якості планів, стимулювання праці, якості обліку і контролю;

- дослідження забезпечуючої підсистеми менеджменту: виконання поставлених цілей і завдань, ефективного використання різних видів ресурсів окремих складників та у цілому у сфері харчування, ступінь забезпеченості підпорядкованих учасників усім необхідним для успішної роботи;

- дослідження виконання корпоративних норм, що регулюють стосунки між членами сфери харчування, які текстуально прописані у відповідних нормативних документах, положеннях, інструкціях, статутах, угодах тощо.

Прикладні рекомендації *програмно-цільового* підходу передбачають чітке визначення цілей, формування і здійснення програми дій, спрямованих на досягнення цих цілей. Програмно-цільовий підхід до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування відіграє важливу роль у концептуальному осмисленні означеної проблеми і передбачає: інтеграцію основних принципів управління; чітке визначення цілей і спрямованість на кінцевий результат; формування та здійснення програми дій, спрямованих на досягнення цих цілей, комплексності, зв'язку цілей і

ресурсів, конкретності, єдності галузевого та територіального планування.

Висновки з проведеного дослідження. Методи дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування систематизовано за напрямками дослідницького процесу та за типами прикладних практичних завдань, що підлягають вирішенню. Ознаки, за якими дібрані методи досліджень, дають змогу представити їх у всьому різноманітті та максимально охопити весь спектр напрямів і сфер застосування, що задовольняє вимогам обґрунтованого правильного вибору для прикладного застосування, що є запорукою отримання необхідних результатів.

Систематизована сукупність теоретичних міждисциплінарних методологічних підходів дає змогу розкрити специфіку дослідження феномену сфери харчування як інтегрованої природно-соціально-економічної системи, а їх комбіноване використання забезпечує наукову обґрунтованість вирішення завдань дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування на основі повномасштабного, всебічного та цілісного вивчення означених проблем.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямі є визначення специфічних методологічних підходів до дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ананьин О.И. Философия и методология экономической науки. *Философия социальных и гуманитарных наук* / под общ. ред. С.А. Лебедева. Москва, 2006. Т. 2008. С. 353–436.
2. Братута О.Г. Засоби проведення наукового дослідження як елемент методологічного забезпечення української економічної науки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. С. 8–16.
3. Чаплыгин В.Г. Логика и методология научных исследований: сравнительный анализ, школы, направления развития. *Интеллектуальный капитал в экономике знаний*. 2017. С. 289–303.
4. Кононюк А.Ю. Основы научных исследований. Киев : Освита України, 2012. Кн. 1. 508 с.
5. Меньшикова А.А. Методологический прогресс в экономике. *Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки*. 2017. С. 11–13.
6. Разина О.В. Методологічні основи стратегічного управління підприємством. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. № 33(2). С. 232–236.
7. Шпортько Г.Ю., Вишневська М.К. Дослідження методів визначення синергетичного ефекту кластерних структур. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 716–721.
8. Иванов Е. Информация как категория экономической теории. *Информация и экономика: теория, модели, технологии* : сборник научных трудов. Барнаул : Алтайский гос. ун-т, 2002. С. 204.
9. Загороднюк С.В., Євмєшкіна О.Л., Лещенко В.В. Методологія наукових досліджень з державного

управління : хрестоматія / за заг. ред. К.О. Ващенко. Київ : НАДУ, 2014. 180 с.

10. Зенкина И.В. Стратегический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: теория и методология : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.12. Ростов-на-Дону, 2013. 57 с.

11. Аакер А.Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 544 с.

12. Болдирева Л.М. Економічна інтеграція агропродовольчого сектору економіки: стан і перспективи розвитку. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2013. Вип. 12. С. 69–75.

13. Верхоглядова Н.І., Барінов Д. Ю. Підходи до визначення ефективності інтеграції будівельних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 13(1). С. 78–83.

14. Ганущак-Єфіменко Л.М. Економічна інтеграція як основа розвитку підприємств малого і середнього бізнесу. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 3(141). С. 70–77.

15. Шигун М.М. Застосування математичних методів в економіці: специфіка, проблеми, перспективи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економіка, управління та адміністрування»*. 2007. №. 1(39). С. 425–433.

16. Гирина А.Н. Методика оценки социально-экономического развития региона. *Вестник ОГУ*. 2013. № 8(157). С. 82–87.

17. Дементьев В.В. Институциональная теория в Украине: направления исследований, особенности, перспективы. *Научные труды ДонНТУ*. 2006. № 103(1). С. 17–31.

18. Бияков О.А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты. Томск : Том. ун-т, 2004. 152 с.

19. Митрофанов А.В. Единство экономического пространства: подходы к трактовке и содержанию понятия. *Вестник Пензенского государственного университета*. 2013. №. 2. С. 46–52.

20. Урунов А.А. Единое экономическое пространство. Москва : Синергия, 2012. 383 с.

21. Брынцев В.А. Эволюция в движении: циклические процессы природы и общества. Москва : Ленандт, 2017. 152 с.

REFERENCES:

1. Anan'in O.I. (2006) Filosofiya i metodologiya ekonomicheskoy nauki. [Philosophy and methodology of economic science] *Filosofiya sotsial'nykh i humanitarnykh nauk* [Philosophy of Social Sciences and Humanities], T. 2008, pp. 353–436.
2. Bratuta O.H. (2016) Zasoby provedennia naukovoho doslidzhennia yak element metodolohichnoho zabezpechennia ukrainskoi ekonomichnoi nauky [Means of scientific research as an element of methodological support of Ukrainian economic science], *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national problems of economy], № 14, pp. 8–16.
3. Chaplygin V.G. (2017) Logika i metodologiya nauchnykh issledovaniy: sravnitel'nyy analiz, shkoly, napravleniya razvitiya [The logic and methodology of

scientific research: a comparative analysis, schools, areas of development], *Intellektual'nyy kapital v ekonomike znaniy* [Intellectual capital in the knowledge economy], pp. 289–303.

4. Kononyuk A.Y. (2012) *Osnovy nauchnykh issledovaniy* [Basics of Scientific Research], Kyiv: Osvita Ukrainy, Book 1.

5. Men'shikova A.A. (2017) Metodologicheskyy progress v ekonomike. [Methodological progress in the economy], *Sovremennyye problemy i perspektivnyye napravleniya innovatsionnogo razvitiya nauki* [Modern problems and promising areas of innovative development of science], pp. 11–13.

6. Razina O.V. (2011) Metodolohichni osnovy stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom [Methodological foundations of strategic management of enterprise], *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu* [Science messenger of Uzhgorod University], № 33 (2), pp. 232–236.

7. Shportko H.Y., Vyshnevskaya M.K. (2017) Doslidzhennia metodiv vyznachennia synerhetychnoho efektu klasternykh struktur [Previous methods for identifying the synergistic effect of cluster structures], *Ekonomika i suspilstvo*. [Economy and society], Vol. 9, pp. 716–721.

8. Ivanov E. (2002) Informatsiya kak kategoriya ekonomicheskoy teorii [Information as a category of economic theory], *Informatsiya i ekonomika: teoriya, modeli, tekhnologii* [Information and economics: theory, models, technologies], Barnaul: Izd-vo Altayskogo gos. un-ta., p. 204.

9. Zahorodniuk S.V., Yevmieshkina O.L., Leshchenko V.V. (2014) *Metodolohiia naukovykh doslidzhen z derzhavnoho upravlinnia : khrestomatiia* [Methodology of Scientific Research in Public Administration: Readings], Kyiv, NADU. (in Ukrainian)

10. Zenkina I.V. (2013) *Strategicheskyy analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti kommercheskikh organizatsiy : teoriya i metodologiya* [Strategic Analysis of the Economic Activities of Commercial Organizations: Theory and Methodology] (PhD Thesis), Rostov-on-Don. (in Russian)

11. Aaker A.D. (2002) *Strategicheskoe rynochnoe upravlenie. Biznes-strategii dlya uspeshnogo menedzhmenta* [Strategic Market Management. Business strategies for successful management], St. Petersburg: Peter. (in Russian)

12. Boldyrieva L.M. (2013) Ekonomichna intehratsiia ahroprodovolchoho sektora ekonomiky: stan i perspektivy rozvytku [Economic integration of the agro-food sector of the economy: the state and prospects of development], *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho*

universytetu. Seriya : Ekonomika i menedzhment. [Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and Management], Vol. 12, pp. 69–75.

13. Verkhohliadova N.I., Barinov D. Y. (2017) Pidkhody do vyznachennia efektyvnosti intehratsii budivelnnykh pidpriemstv [Approaches to determining the efficiency of integration of construction enterprises], *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies], Vol. 13(1), pp. 78–83.

14. Hanushchak-Yefimenko L.M. (2013) Ekonomichna intehratsiia yak osnova rozvytku pidpriemstv maloho i serednoho biznesu [Economic integration as a basis for the development of small and medium-sized enterprises], *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual problems of the economy], No 3 (141), pp. 70–77.

15. Shyhun M.M. (2007) Zastosuvannia matematychnykh metodiv v ekonomitsi: spetsyfyka, problemy, perspektivy [Application of mathematical methods in economics: specificity, problems, prospects], *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: ekonomika, upravlinnia ta administruvannia* [Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Series: Economics, Management and Administration], No 1 (39), pp. 425–433.

16. Girina A.N. (2013) Metodika otsenki sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya regiona. [Methodology for assessing the socio-economic development of the region]. *Vestnik OGU*. [Bulletin of OSU], No 8 (157), pp. 82–87.

17. Dement'ev V.V. (2006) Instituttsional'naya teoriya v Ukraini: napravleniya issledovaniy, osobennosti, perspektivy [Institutional theory in Ukraine: areas of research, features, prospects], *Nauchnye trudy DonNTU* [Scientific works of DonNTU], No 103(1), pp. 17–31.

18. Biyakov O.A. (2004) Teoriya ekonomicheskogo prostranstva: metodologicheskyy i regional'nyy aspekty [The theory of economic space: methodological and regional aspects], Tomsk: Izd-vo Tom. un-ta. (in Russian)

19. Mitrofanov A. V. (2013) Edinstvo ekonomicheskogo prostranstva: podkhody k traktovke i sodержanie ponyatiya [The unity of the economic space: approaches to the interpretation and content of the concept], *Vestnik Penzenskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Penza State University]. No 2, pp. 46–52.

20. Urunov A.A. (2012) Edinoe ekonomicheskoe prostranstvo [The single economic space], Moscow: Sinergiya. (in Russian)

21. Bryntsev V.A. (2017) Evolyutsiya v dvizhenii: Tsiklicheskie protsessy prirody i obshchestva [Evolution in motion: The cyclic processes of nature and society], Moscow: Lenand. (in Russian)

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТАПІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

DEFINING THE STAGES OF THE STRATEGIC PLANNING PROCESS IN THE CONTEXT OF ENTERPRISES' MANAGEMENT SYSTEM

УДК 338.2

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-30>

Котовська І.В.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Юрик Н.Є.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Kotovska Iryna

Ternopil Ivan Puluj National
Technical University

Yuryk Natalia

Ternopil Ivan Puluj National
Technical University

У статті досліджено значення стратегічного планування в системі управління діяльністю вітчизняних підприємств та встановлено, що якість та дієвість розроблених стратегічних рішень на підприємствах значною мірою залежать від ефективності стратегічного планування та механізму його впровадження. Розроблено модель впровадження стратегічного планування на підприємствах, який включає п'ять взаємопов'язаних етапів: проведення діагностичного аудиту стратегічного планування; обґрунтування необхідності впровадження; визначення етапів впровадження стратегічного планування; встановлення результатів від впровадження; визначення проблем впровадження стратегічного планування в систему управління діяльністю вітчизняних підприємств. Визначено, що від правильного застосування стратегічного планування в управлінні діяльністю підприємств можливо отримати організаційний, фінансовий та репутаційний ефекти. Досягнення перелічених результатів є гарантією стійкої конкурентної позиції підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. У статті визначено проблеми, які виникають під час впровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах, здійснено їх класифікацію та запропоновано низку практичних рішень для їх виявлення та усунення.

Ключові слова: стратегічне планування, механізм впровадження стратегічного планування, етапи впровадження стратегічного планування, проблеми стратегічного планування, діяльність підприємств.

В статье исследовано значение стратегического планирования в системе управ-

ления деятельностью отечественных предприятий и установлено, что качество и действенность разработанных стратегических решений на предприятиях в значительной степени зависят от эффективности стратегического планирования и механизма его внедрения. Разработана модель внедрения стратегического планирования на предприятиях, включающая пять взаимосвязанных этапов: проведение диагностического аудита стратегического планирования; обоснование необходимости внедрения; определение этапов внедрения стратегического планирования; определение результатов от внедрения; определение проблем внедрения стратегического планирования в систему управления деятельностью отечественных предприятий. Определено, что от правильного применения стратегического планирования в управлении деятельностью предприятий можно получить организационный, финансовый и репутационный эффекты. Достижение перечисленных результатов является гарантией устойчивой конкурентной позиции предприятия как на внешнем, так и на внутреннем рынке. В статье определены проблемы, возникающие при внедрении стратегического планирования на отечественных предприятиях, осуществлена их классификация и предложен ряд практических решений для их идентификации и ликвидации.

Ключевые слова: стратегическое планирование, механизм внедрения стратегического планирования, этапы внедрения стратегического планирования, проблемы стратегического планирования, деятельность предприятий.

The research presented in this study has contributed to the knowledge of strategic management and theories of strategic planning implementation in general. The article discusses the role and importance of strategic planning for domestic enterprises. The study has enabled a better understanding of the mechanism of strategic planning implementation. The design and implementation of strategic planning and performance management is, therefore, an important issue for Ukrainian enterprises. In this article, we examine the mechanism of strategic planning implementation because of it largely depends the quality and effectiveness of strategic decisions on enterprises. The objective of this paper is to propose the methodology for the implementation of strategic plans in organizations through the prevention and, in its case, the definition and solution of the problems that frequently affect the implementation processes with many negative manifestations and harmful consequences. By elaborating the concept of implementation under the systems approach, five stages of these process have been identified: conducting a strategic planning diagnostic audit; justification of the need for strategic planning implementation of on the companies' management system; determining the stages of strategic planning implementation; determining of results from implementation; identification and elimination of the main problems of strategic planning implementation in the management system of domestic enterprises. The evidence from this study suggests three types of effect that can be obtain from strategic planning implementation: the organizational, the financial and the reputational one. The achievement of the above-mentioned core results is a guarantee of strong competitive position of the company on external and internal markets. The article aims to highlight the problems that may arise in the process of strategic planning implementing. The consequent analysis of each kind of them has permitted the development of a methodology for their prevention, identification and solution to assure an effective and efficient implementation process.

Key words: strategic planning, mechanism of strategic planning implementation, stages of strategic planning implementation, strategic planning problems, activity of enterprises.

Постановка проблеми. Посилення впливу ринкових механізмів як регуляторів відносин між господарюючими суб'єктами розкрило домінуючу роль стратегічного планування в діяльності українських компаній. У ринковій економіці стратегічне планування стає однією з найважливіших управлінських функцій підприємств, оскільки розвиток бізнесу передбачає прийняття багатьох рішень

щодо способу розширення діяльності, а створення стратегічного плану є ключовим складником планування зростання. Проте в практиці вітчизняних суб'єктів господарювання стратегічне планування ще неналежно поширене, першопричиною цього є насамперед те, що ця функція є досить новою, проблеми стратегічного планування вивчено неповністю. Проте в умовах сьогодення, які вимагають

від усіх учасників ринку нових управлінських рішень, спрямованих на довготермінову перспективу, важливим елементом управління стає саме стратегічне планування. Крім того, використання стратегічного планування дає змогу підготувати реалістичне бачення майбутнього бізнесу і, таким чином, максимально підвищити потенціал бізнесу для зростання. Тому особливе місце посідають питання реалізації механізму стратегічного планування в практичній діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних наукових дослідженнях змістовно обґрунтовано необхідність використання стратегічного планування діяльності підприємств. На особливу увагу заслуговують наукові праці зарубіжних дослідників Р. Акоффа, І. Ансоффа [1], П. Друкера, К. Кінга [2], Д. Кліланда, Г. Мінцберга [3], М. Портера, А. Томпсона, Є. Уткіна, А. Чендлера та українських: О. Кузьміна, О. Мельник, А. Міщенко, С. Оборської, В. Пастухової, З. Шершньової. Проте деякі напрями залишаються все ще не вирішеними.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення методики з успішного впровадження та реалізації стратегічного планування в діяльності вітчизняних підприємств, яка враховуватиме як закордонні досягнення, так і реалії підприємств України. Тобто йдеться про створення комбінованої методики, пристосованої до українських ринкових умов.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Механізм стратегічного планування підприємств повинен базуватися на основі методів, прийомів, підходів, які передусім є загальними і незалежними від функціонування підприємства, а також розвиваються з урахуванням особливостей конкретного підприємства та сфери його функціонування.

Упровадження ефективного стратегічного планування у системі управління діяльністю підприємств охоплює низку етапів, які слід детально розглянути та проаналізувати:

1) проведення діагностичного аудиту стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства;

2) обґрунтування необхідності впровадження стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства;

3) визначення стадій упровадження стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства;

4) визначення результатів впровадження стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства;

5) визначення проблем упровадження стратегічного планування в систему управління діяльністю вітчизняних підприємств (рис. 1).

Розглянемо кожен із наведених етапів детально. Отже, перший етап – проведення діагностичного аудиту передбачає ознайомлення з об'єктом діяльності загалом та робочими

процесами зокрема. Основне завдання даного етапу – встановити відповідність наявної системи планування діяльності підприємства вимогам сучасної системи стратегічного планування та проведення семінару (навчання) для працівників із метою донесення до них інформації про вагомість стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємств та практичних рекомендацій щодо його впровадження.

Під час діагностування аудитор буде розробляти матрицю стратегічного планування на підприємстві (табл. 1). Результати свого дослідження він подаватиме у вигляді звіту та презентації, де вказуватимуться: оцінка стратегічного планування на підприємстві з урахуванням усіх елементів у вигляді діаграми (рис. 2), рекомендації щодо його вдосконалення, доопрацювання, план-графік майбутніх робіт, а також експертний висновок.

Наступний, не менш важливий етап – обґрунтування необхідності впровадження стратегічного планування. Рішення про впровадження стратегічного планування в існуючу систему управління підприємством є відповідальним кроком керівництва, причин такого рішення може бути декілька: криза бізнесу, глобальна конкуренція, нове керівництво, розширення меж бізнесу, усвідомлення необхідності стратегічного планування діяльності підприємства та ін.

Однією з передумов рішення про впровадження стратегічного планування діяльності підприємства є правильне встановлення того, кому потрібне стратегічне планування, тобто визначення зацікавлених сторін. Нами визначено три типи зацікавлених сторін: власники підприємства, працівники та партнери, кожен із них зможе отримати свої переваги:

1. Саме підприємство, його власники – встановлення специфіки бізнесу, можливість опиратися на наявний потенціал, уникнення частоті зміни пріоритетів та перегляду принципів рішень, механізм моніторингу, контролю стратегії, а також її передбачуваність.

2. Працівники підприємства – отримують зрозумілі перспективи кар'єрного росту, зменшення конфліктів у роботі, задоволення від результатів роботи, наявність чітких критеріїв під час установалення винагороди.

3. Партнери – можливість довготермінового партнерства, зменшення втрат від ризиків.

Під час упровадження стратегічного планування у діяльність вітчизняних підприємств слід пам'ятати про його тісний зв'язок з існуючою на підприємстві системою менеджменту, тому етап визначення стадій упровадження передусім передбачає встановлення чіткої черговості кроків:

1) Розроблення основної документації (регламенту впровадження стратегічного планування у систему управління діяльністю підприємства).



Рис. 1. Модель впровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах

2) Формування стратегічної політики.

3) Формування команди та розроблення організаційної структури управління підприємством.

У рамках кожного з перелічених кроків виділимо необхідні процедури. Отже, розроблення документації передбачає розроблення інструкцій стратегічного планування, де будуть визначені терміни та межі застосування, відбуватиметься організація

поточної взаємодії (розподіл функцій, обов'язків, відповідальності персоналу у сфері стратегічного планування; описання порядку здійснення стратегічного планування на підприємстві; визначення типової документації; внутрішній аудит), організація бюджетування та планування (визначення необхідних ресурсів: фінансових, організаційних). Окрім того, розроблення регламенту

Матриця стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства

Рівень	Елементи оцінювання стану стратегічного планування (СП) в контексті управління діяльністю підприємства (УДП)				
	Поточний стан СП у контексті УДП	Структура впровадження СП у систему УДП	Організація взаємозв'язку на підприємстві під час впровадження СП в систему УДП	Інформаційна система для забезпечення реалізації СП у контексті УДП	Мотивація щодо здійснення СП у контексті УДП
0	Немає СП	На підприємстві ніхто не займається впровадженням та реалізацією СП діяльності	Немає ніяких контактів	Дані для планування діяльності підприємства не збираються, оскільки немає відповідної інформаційної системи	СП не мотивується
1	Існує, але умовно, не зафіксовано у письмовій формі	СП входить в обов'язки лінійного менеджера з обмеженими можливостями та впливом	Неофіційні контакти між менеджерами різних рівнів та іншими працівниками підприємства	Лінійний менеджер складає звіти щодо здійснення СП в УДП для внутрішнього користування у своєму підрозділі	Використовуються неофіційні контакти для мотивування здійснення СП
2	СП впроваджене керівництвом, але офіційно неприйняте (не задеклароване)	Немає чіткої посади менеджера зі СП, який би був підзвітний певному керівнику	Зв'язок відбувається через менеджерів, які відповідають за СП діяльності на підприємстві	Менеджер, відповідальний за впровадження СП у систему УДП, складає вищезазначені звіти, які будуть використані для розроблення бюджетів	Навчання невеликої кількості (кількох) визначених працівників із метою подальшої популяризації СП
3	Офіційно впроваджене СП, але зацікавленості з боку вищого керівництва немає	Введення посади менеджера зі СП	Менеджер зі СП є основним каналом взаємозв'язку	Менеджер зі СП готує вищезазначені звіти по всіх підрозділах підприємства	Програма підвищення обізнаності для персоналу, регулярні семінари з метою популяризації СП
4	СП підтримується вищим керівництвом як спосіб досягнення загальної стратегії	СП повністю інтегроване у систему менеджменту на підприємстві	Офіційні та неофіційні канали взаємозв'язку використовуються менеджерами зі СП і персоналом на всіх рівнях	Існує цілісна система СП у контексті УДП, яка повністю охоплює процес СП, – від цілевстановлення до реалізації стратегії	Інформування трудово-го колективу про результати впровадження та реалізації СП у систему УДП

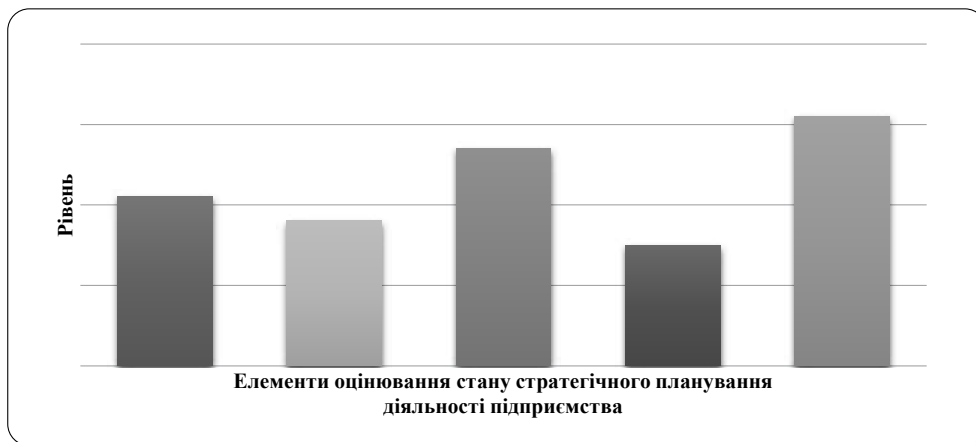
передбачатиме формування положення про відділ зі стратегічного планування, визначення посадових інструкцій менеджерів зі стратегічного планування, положення про систему мотивації працівників підприємства щодо здійснення стратегічного планування діяльності, положення про моніторинг стратегічного планування та ін.

Під час формування стратегічної політики потрібно передусім орієнтуватися на характер діяльності та розміри підприємства, що, безперечно, накладають свої відбитки на процес стратегічного планування. Стратегічна політика підприємства повинна передбачати безперервний перегляд стратегічних цілей та завдань та забезпечувати доступ до інформаційних та інших ресурсів із метою досягнення цих цілей і завдань.

З уведенням стратегічного планування в управлінську діяльність підприємства вимоги до

кваліфікації персоналу підвищуються. З огляду на це, доцільно впровадити систему підвищення кадрової кваліфікації, метою якої буде оцінка її рівня якості, рівня підготовки персоналу. Така система роботи з персоналом повинна стати підґрунтям для підвищення якості трудових ресурсів, чого, своєю чергою, вимагає процес впровадження стратегічного планування діяльності підприємства.

Упровадження стратегічного планування в структуру управління діяльністю підприємства передбачає важку, багатосторонню управлінську роботу, яка вимагає високих професійних навичок, умінь, знань. Виходячи з цього, під час упровадження стратегічного планування діяльності підприємств однією з головних проблем керівництва буде формування команди шляхом залучення нових співробітників або використання досвіду



- 1 – Поточний стан стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства.
- 2 – Структура впровадження стратегічного планування в систему управління діяльністю підприємства.
- 3 – Організація взаємозв'язку на підприємстві під час впровадження стратегічного планування в систему управління діяльністю підприємства.
- 4 – Інформаційна система для забезпечення реалізації стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства.
- 5 – Мотивація щодо здійснення стратегічного планування в контексті управління діяльністю підприємства.

Рис. 2. Висновки діагностичного аудиту за елементами оцінювання

вже існуючих. На даному етапі важливу роль відіграє ефективне управління кадровим потенціалом і знаннями в галузі стратегічного планування, що передбачає розподіл функцій, обов'язків, відповідальності персоналу, підвищення вимог до кваліфікації персоналу, встановлення порядку навчання і підвищення кваліфікації тощо. Навіть за наявності кваліфікованого кадрового потенціалу важливо використовувати послуги, що пропонують зовнішні консультанти.

Отже, якісний склад команди є першочерговим завданням керівництва. Очевидно, що створення нової команди на підприємстві призведе до певних змін в організаційній структурі компанії. Тобто впровадження стратегічного планування передбачає корективи та модернізацію організаційної структури управління підприємством.

Під час впровадження чогось нового на підприємстві керівництво, звичайно, планує отримати певний результат, ефект. Наслідками правильного застосування стратегічного планування управління діяльністю підприємств є:

1. Організаційний наслідок:

- ефективне управління підприємством;
- оптимізація виробничого циклу;
- підвищення рівня загальної керованості компанії.

2. Фінансовий наслідок:

- поліпшення фінансових показників діяльності компанії;
- забезпечення прозорості фінансової звітності підприємства;
- можливість додаткового залучення інвестицій.

3. Репутаційний наслідок:

- поліпшення іміджевої привабливості;
- збільшення кількості потенційних клієнтів тощо.

Досягнення перелічених результатів є гарантією стійкої конкурентної позиції підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку.

Однак часто навіть за правильно спланованого впровадження стратегічного планування часто очікуваного ефекту можна не досягти. Це може бути зумовлено низкою причин, так званих проблем впровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах. Проведений у результаті дослідження аналіз наукових публікацій дав системне уявлення про впровадження стратегічного планування на практиці. Так, дані публікації [7] свідчать, що 65% усіх стратегічних планів зазнають невдач, а 97% втілюються неправильно; за іншими даними [6], лише 19% стратегічних планів забезпечують досягнення певних цілей. Є багато пояснень такої тенденції, зокрема у [6] зазначають, що 85% компаній менше однієї години на місяць витрачають на вирішення питань, які стосуються стратегії компанії; 60% компаній не пов'язують стратегічні пріоритети з бюджетом; 95% працівників не розуміють, що таке стратегія, не знають тих цілей, на досягнення яких повинна бути спрямована їхня праця.

З огляду на це, наступним кроком будуть ідентифікація та ліквідація проблем, що виникають під час впровадження та здійснення стратегічного планування діяльності підприємства. Наведемо приклад найпоширеніших із них:

– поганий підбір кадрів. Це спричинено тим, що керівництво не приділяє достатньої уваги даному питанню. Запобігти цьому можна шляхом ретельного підбору кожного члена планової групи, постановки їх позиціонування на успішну реалізацію стратегії;

– сприйняття стратегічного планування як події, а не процесу. Багато менеджерів відносяться до даного виду діяльності як до чогось швидкоплиного, з позиції чим швидше – тим краще [5], але успіху можна досягти лише за розуміння того, що стратегічне планування є невід’ємною частиною функціонування бізнесу;

– ігнорування питання термінів та брак часу для стратегічного планування. Причиною таких проблем є бажання керівників якомога швидше завершити процес стратегічного планування. Як наслідок, отримують рішення, позбавлені стратегічного мислення, та неефективну стратегію. Щоб запобігти цьому, слід виділяти достатньо часу для стратегічного планування;

– відсутність відповідної освіти (знань) у членів планової команди. Результатом цього є нерозуміння працівниками завдань та вимог, які висувуються до них, а це, своєю чергою, серйозно впливає на продуктивність. Для підвищення рівня знань працівників потрібно проводити семінари зі стратегічного планування, ознайомлювати їх із міні-стратегічними планами, що дасть змогу розвивати стратегічне мислення учасників групи, яке потім буде використане у реальній ситуації на реальному підприємстві;

– незалучення до планової роботи працівників інших, не планових відділів підприємства, таке відношення спричиняє втрату ентузіазму у працівників, усунути це можна наданням можливості висловити власну думку;

– збереження стратегії в таємниці, коли топ-менеджери не розголошують стратегії, таким чином, утрачається можливість отримання допомоги від інших працівників, вони не знатимуть, заради чого працюють;

– проблема опору змінам, яку можна подолати шляхом колективного обговорення проблем, внесення пропозицій працівниками всіх ланок щодо вирішення цих проблем, їх бачення;

– небажання переглядати план, вносити до нього корективи. Часто, розробивши стратегічний план, керівництво не вважає за необхідне щось міняти, а в мінливому сучасному середовищі лише вчасні корективи допоможуть бути готовим до змін;

– стратегічний план не пов’язують із бюджетом, як наслідок, кошти на стратегію не виділяються, проте під час розроблення стратегічного плану оцінка необхідних ресурсів є обов’язковою;

– виконання всієї роботи власником. Вирішенням цього може стати запрошення зовнішніх консультантів

для проведення сесій стратегічного планування. Стратегічні сесії полягають у роботі консультантів з управлінською командою підприємства з метою вирішення стратегічних завдань компанії;

– проведення сесій стратегічного планування в офісі, на підприємстві. Це є негативним з позиції того, що через різного роду відволікання порушується концентрація уваги, страждає якість дискусії. Правильним рішенням у цій ситуації може бути проведення сесій на нейтральній території, за межами підприємства.

Наведені вище проблеми можна вважати типовими, які характерні не лише для підприємств досліджуваної галузі, а й для інших промислових підприємств.

А. Газарян зазначає, що якщо проблема є, її необхідно вирішити, тому що проблема – це те, що саме собою не вирішується, але щоб розв’язати її, треба спочатку правильно побачити [4, с. 22]. Проте слід зазначити, що для ґрунтовного розуміння та вирішення даних проблем у вітчизняній науці недостатнім є рівень їх розгляду: замість комплексного він носить фрагментарний характер. Із метою уникнення даного недоліку вважаємо доцільним здійснити класифікацію проблем, що виникають під час упровадження та здійснення стратегічного планування на вітчизняних підприємствах:

1. Залежно від оточення, що зумовлює створення проблеми:

– зовнішні – дані проблеми виникають через негативний вплив навколишнього середовища, тобто керівництво підприємства не має прямого впливу на них;

– внутрішні – виникнення яких спричинене впливом та діяльністю самого підприємства.

2. Залежно від галузі виявлення та ідентифікації проблеми:

– теоретичні – на створення такого виду проблем впливають неправильно підібрані методологія та інструментарій, які використовуються на підприємстві;

– практичні – пов’язані з практичною діяльністю компанії.

3. Залежно від сфери прояву проблем:

– кадрові – є причиною недостатньої участі працівників у процесі стратегічного планування;

– пізнавальні – зумовлені відсутністю знань, уміння та досвіду учасників у даній галузі управління;

– ресурсні – вмотивовані недостатністю різного виду ресурсів: часових, фінансових, інформаційних та ін.;

– культурні та осередкові – на появу проблем такого виду прямо впливають організаційна структура управління підприємством, етап життєвого циклу підприємства та корпоративне управління.

4. Залежно від фактору часу:

– перспективні;

- існуючі;
- затухаючі;
- минулі.

Правильне визначення проблем передбачає чітке виділення з усієї сукупності тих обставин, які спричинили певний дискомфорт та є певною мірою керованими. У ході вивчення таких проблем стає очевидним їх вирішення. А проблема, розв'язання якої відоме, – це вже не проблема, а просто робота, яку треба виконати [4, с. 24].

Для запобігання та ліквідації проблем, що виникають під час упровадження та реалізації стратегічного планування на вітчизняних підприємствах, слід забезпечити його ефективне методичне, ресурсне, організаційне та законодавче підґрунтя. Це передбачає дотримання науковості, реальності стратегічного планування, наявності відповідного кадрового, фінансового, інформаційного забезпечення, організацій, структур, інститутів, а також підтримку відповідним законодавством.

Висновки з проведеного дослідження.

Ефективна діяльність і розвиток вітчизняних підприємств неможливі без використання стратегічного планування в системі управління діяльністю. Стратегічне планування покликане формувати перспективи діяльності підприємств, конкретизувати шляхи та напрями розвитку, реалізовувати довгострокові цілі. Якість та дієвість розроблених стратегічних рішень на підприємствах значною мірою залежать від ефективності стратегічного планування та механізму його впровадження. Впровадження стратегічного планування в структуру управління діяльністю підприємства – складна, багатостороння робота. Запропонована у статті модель упровадження стратегічного планування, що включає п'ять взаємопов'язаних етапів: проведення діагностичного аудиту стратегічного планування; обґрунтування необхідності впровадження; визначення етапів впровадження стратегічного планування; встановлення результатів від упровадження; визначення проблем упровадження стратегічного планування в систему

управління діяльністю вітчизняних підприємств дасть змогу спростити впровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ackoff R.L. A Concept of Corporate Planning. Wiley Interscience, New York, 1970.
2. King W.R., Cleland D.J. Strategic Planning and Policy. New York, NY, 1976.
3. Mintzberg, H. The rise and fall of strategic planning. New York, 1994.
4. Газарян А. Методологические основы стратегического планирования. Бишкек : ОФЦИР, 2003. 72 с.
5. Офіційний сайт. Birnbaum Associates, Business Strategy Consultants. URL : www.birnbaumassociates.com (дата звернення: 20.01.2020).
6. Офіційний сайт. The Higher Ed CIO. URL : www.blog.thehigheredcio.com (дата звернення: 20.01.2020).
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. 302 с.

REFERENCES:

1. Ackoff, R. L. (1970) A Concept of Corporate Planning. Wiley Interscience, New York.
2. King W.R., Cleland D.J. (1976) Strategic Planning and Policy. New York.
3. Mintzberg, H. (1994) The rise and fall of strategic planning. New York.
4. Hazarian, Artashes (2003). Metodolohycheskye osnovy stratehicheskoho planirovaniya [Methodological foundations of strategic planning]. Byshkek, OFTsYR (in Russian).
5. Birnbaum Associates, Business Strategy Consultants. URL: <http://www.birnbaumassociates.com> (accessed 20 January 2020).
6. The Higher Ed CIO. URL: <http://www.blog.thehigheredcio.com> (accessed 20 January 2020).
7. Pastukhova V.V. (2002). Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom: filosofii, polityka, efektyvnist [Strategic enterprise management: philosophy, politics, efficiency]. Kyiv, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. (in Ukrainian)

ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ В НЕРУХОМІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

RESEARCH OF ACCESSIBILITY OF INVESTMENT IN REAL ESTATE IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

УДК 330.322

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-31>**Лащик І.І.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Віблий П.І.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Бондаренко Л.П.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Lashchuk Iryna

Lviv Polytechnic National University

Viblyi Petro

Lviv Polytechnic National University

Bondarenko Lidya

Lviv Polytechnic National University

У статті проведено детальний аналіз первинного та вторинного ринків нерухомості України. Охарактеризовано особливості та переваги інвестиційних вкладень у вітчизняну нерухомість. Проаналізовано можливості інвестування в первинну та вторинну нерухомість в Україні з урахуванням їхніх переваг та недоліків. Проведено аналіз основних показників розвитку первинного та вторинного ринків нерухомості, що склалися впродовж останніх декількох років на вітчизняному ринку. За результатами проведених досліджень виокремлено чинники необхідності та переваг інвестування в нерухомість України, а саме первинні та вторинні ринки. Визначено ризики, які можуть постати перед інвестором під час вкладення коштів у нерухомість, та представлено можливі варіанти вирішення проблем інвестування в житлово-нерухомість. На основі власних досліджень, а також глибокого аналізу статистичних матеріалів виокремлено особливості та чітко окреслено переваги вкладення коштів у вітчизняну нерухомість.

Ключові слова: інвестиції, нерухомість, первинний ринок нерухомості, вторинний ринок нерухомості, ціни на житло, будівництво.

В статті проведено детальний аналіз первинного і вторинного ринків недви-

жимості України. Охарактеризовані особливості та переваги інвестиційних вкладень в отечественную недвижимость. Проанализированы возможности инвестирования в первичную и вторичную недвижимость в Украине с указанием их преимуществ и недостатков. Проведен анализ основных показателей развития первичного и вторичного рынков недвижимости, которые сложились на протяжении последних нескольких лет на отечественном рынке. По результатам проведенных исследований выделены факторы необходимости и преимуществ инвестирования в недвижимость Украины, а именно первичные и вторичные рынки. Определены риски, которые могут возникнуть перед инвестором при вложении средств в недвижимость, и представлены возможные варианты решения проблем инвестирования в жилую недвижимость. На основе собственных исследований, а также глубокого анализа статистических материалов выделены особенности и четко обозначены преимущества вложения средств в отечественную недвижимость.

Ключевые слова: инвестиции, недвижимость, первичный рынок недвижимости, вторичный рынок недвижимости, цены на жилье, строительство.

Scientists believe that the Ukrainian housing and commercial real estate market is so attractive for investors. In the case of «long» money for a small percentage, the return on investment in real estate in Ukraine is much higher than in Europe. The peculiarity of the Ukrainian market is a possibility easily and quickly obtain permission documents, and the basic initial capital that might be needed to invest in is less than in the West Europe. There is no law that would oblige the developer to build something before the start of sales. The market is stable for a long time and strong developers trust the buyers. The residential property market is an integral part of the socioeconomic system of the country's economy. He has not only economic, but, above all, social value, since it meets one of the main basic needs of people – the need for housing. Therefore, when studying such a market it is important to take into account its socio-economic role. Considering the residential property market as a system of socio-economic relations of business entities with regard to the creation and operation of existing property, it is worth noting that «the most widespread the viewpoint of the real estate market as a type of investment market». Thus, there are market investors and sellers investing in the market that are trying to generate income from an investment object using the tools of harmonizing the interests of stakeholders. On the other hand, for residential market real estate is inherent in the specifics of that distinguish it from the markets of other financial assets. Except housing investment should be investigated from different sources positions – as an investment in non-financial tangible assets for own use and as an investment in a financial asset for resale or lease for profit. Thus, aggregate demand for housing is defined as the aggregate of consumer and investment demand. The structure of demand affects the nature of pricing in the market, the trends of its development and is important in the process of solving the problem of housing. The social role of the market is complemented by its economic significance, necessitating it effective regulation of the housing market at the state level.

Key words: investments, real estate, primary real estate market, secondary real estate market, housing prices, construction.

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиліть світова економіка розвинених країн світу здійснила суттєву трансформацію, зосередившись на стимулюванні розвитку наукомістких технологій. Разом із цим усе більшої популярності набирає інвестування в нерухомість. Проте, беручи до уваги нестабільну економічну та політичну ситуацію в Україні впродовж останніх років, велика кількість людей занепокоєна тим, де можна зберегти власні заощадження. Для більшості відомо, що інвестиції в нерухомість вже давно вважаються найбільш стабільним та надійним інструментом для зберігання та примноження коштів. Потенціал

національної економіки позитивно оцінюється не лише іноземними, а й вітчизняними експертами. У зв'язку з розвитком ринку новобудов стає зрозумілим, що просто зберігати гроші недоцільно, їх можна примножувати, зробивши так, щоб вони працювали на своїх власників. Житлова нерухомість – це не лише місце праці чи проживання, а й актив, який здатен приносити пасивний дохід.

Порівняно з іншими видами інвестування інвестиції у нерухомість мають власні очевидні переваги. Насамперед вкладання коштів у нерухомість гарантує ефективний захист капіталу від знецінення. По-друге, такого роду капіталовкладення

не вимагають від вкладника певних особливих знань та досвіду у цій сфері. І найголовнішою перевагою є можливість отримання регулярного доходу у значно більших розмірах, аніж за банківського вкладу. Тому постає проблема правильного та рентабельного інвестування в нерухомість та вибору конкретного об'єкта інвестування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Важливий внесок у вивчення особливостей функціонування ринку нерухомості у розрізі житлової, комерційної та виробничо-складської нерухомості зробили багато як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Незважаючи на певну диференціацію думок науковців та економістів із приводу інвестування в комерційну та некомерційну нерухомість, наявні дослідження цієї ланки відображають лише окремі аспекти ринку нерухомості. Так, Н. Рева [1] у своїй статті порівнює вартість житла і доходи населення і визначає індекс доступності житла; О. Дубенська [2] розглядає зріст та спад цін на житло; М. Заславська [3] описує пропозиції щодо збільшення будівництва нового житла. Своєю чергою, А. Коцеруба [4] дослідила основні тенденції та перспективи розвитку українського ринку нерухомості.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінювання на основі статистичних даних потенціалу збільшення обсягів інвестицій у нерухомість в Україні з метою прискорення розвитку її провідних галузей, а також обґрунтування доцільності збільшення обсягів інвестицій у дану галузь як один із можливих чинників прискорення розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інвестування в житлову нерухомість є чи не найприбутковішою справою сьогодні. Проте слід зазначити, що інвестиційно привабливою є не вся нерухомість. Науковці поділяють її на ту, що куплена на первинному ринку (новобудови), і на ту, що куплена на вторинному ринку (об'єкти нерухомості, що вже були в користуванні).

Як правило, інвестування в нерухомість більш поширене на первинному ринку (нове житло). Для даного ринку використовується три основні фінансові інструменти: фонд операцій із нерухомістю, фонд фінансування будівництва та цільові облигації. У кожного забудовника наявний хоча б один із наведених фінансових інструментів: компанія з управління активами і банк, який обслуговує один із фондів. Первинний ринок нерухомості сьогодні характеризується значним зростанням інвестицій у новобудови. Основною причиною такої ситуації стало банкрутство великої кількості банків упродовж останніх років. Зазначене спричинило недовіру населення до банківської системи, і велика кількість як фізичних, так і юридичних осіб, отримавши свої відшкодування від Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, прийняли рішення не зберігати свій капітал у вітчизняній валюті (через постійні коливання валютних курсів), а інвестувати його в ринок нерухомості, зокрема первинної. Очікуваним результатом став стрибок цін на первинне житло.

Вторинний ринок – це ринок існуючих будівель, раніше введених в експлуатацію (як давно, так і нещодавно). Даний ринок хоча й є більш активним, проте впродовж останніх років первинний ринок набирає обертів і починає збільшувати кількість укладених угод з нерухомості. Чинниками, що відштовхують інвесторів від вкладання коштів у вторинне житло, є: зношення будинку (погіршення якості його стін, даху, інженерних комунікацій), вираження вартості нерухомості у доларах США через девальвацію і подальших негативних прогнозів щодо стабільності національної грошової одиниці. Порівняння вартості квадратного метра житла в новобудовах та на вторинному ринку Києва у 2018 р. зображено на рис. 1 [5].

Проаналізувавши наведені дані, можна зробити висновок, що впродовж 2018 р. ціни на нерухомість міста Києва коливалися як на первинному,



Рис. 1. Динаміка цін на житло на первинному та вторинному ринках нерухомості в м. Києві у 2018 р.

так і на вторинному ринках. Найнижчою вартість за квадратний метр у новобудовах була у червні минулого року і становила 23 674 грн, на вторинному ринку – у квітні (31 999 грн). Проте якщо порівнювати ціни на початок та на кінець року, то в першому випадку вони зросли приблизно на 3,2% (752 грн), а в другому – лише на 0,4% (133 грн), тоді як курс долара США до гривні в грудні 2017 р. і в грудні 2018 р. знаходився приблизно на одному рівні – 27,8 грн/дол. США.

Однією з переваг первинної нерухомості над вторинною є її більша юридична «прозорість». Це означає, що під час покупки квартир на вторинному ринку може виникнути чимало проблем, спровокованих недобросовісними продавцями (не виписані особи, що проживають у квартирі, яка продається, наявність родичів власників, які мають право на квартиру і перебувають у в'язниці чи психіатричній лікарні, арешти та заборони на продаж квартири, підроблені документи, приховані борги за квартиру, власників, яких можна пізніше визнати неповністю дієздатними, тощо). За оцінкою експертів, ризики покупця квартири є достатньо високими. В узагальненому вигляді найпоширенішими причинами визнання угоди купівлі-продажу недійсною є: поява неврахованих спадкоємців, поява осіб, що перебували в місцях позбавлення волі, підробка документів, продаж за довіреністю в разі смерті власника, порушення правил приватизації.

Отже, проаналізувавши сучасний стан ринків первинної та вторинної нерухомості в Україні, можна зробити висновок про те, що доцільнішим і правильнішим вибором інвестора буде вкладання своїх коштів у ринок первинної нерухомості. На це впливає декілька чинників: значно менша ціна за квадратний метр порівняно з вартістю вторинного житла; менша кількість ризиків, з якими потенційно можна стикнутися під час укладання угод купівлі-продажу, модернізація та розвиток ринку первинної нерухомості, його здатність забезпечувати комфортні умови проживання покупців.

Під час інвестування коштів для власного збереження необхідно аналізувати ринок нерухомості на адекватне співвідношення ціни, якості та гарантії, які дає забудовник, тому що покупка такого виду нерухомості є досить неоднозначною, адже в майбутньому доведеться або самому користуватися нею, або продати чи навіть здавати в оренду. Тому слід вибирати максимально універсальний варіант, який тією чи іншою мірою зможе задовольнити будь-яку з вищеперерахованих потреб. На даному етапі розвитку економіки існує декілька схем купівлі, які можуть приносити пасивний дохід. Перша з них – це купівля нерухомості на стадії «фундаменту» з подальшим перепродажем. Це найвигідніший варіант, тому що ціна на нерухомість на цій стадії є найнижчою. Така покупка в середньому здатна приносити до 30% річних.

Для того щоб оцінити здатність потенційного інвестора вкладати кошти в житлову нерухомість та визначити всі можливі ризики, з якими він може стикнутися, слід проаналізувати стан житлового фонду України. За кількістю житла на 1 000 осіб населення Україна відстає від країн Європейського Союзу. Сьогодні рівень забезпеченості громадян житлом є таким: 400 проти 486 квартир на 1 000 осіб в ЄС. При цьому частка населення, що проживає у старому та аварійному житлі, в Україні є значною. Це й є чинниками, які збільшують попит на якісне житло. І збільшення пропозиції останнього є позитивною тенденцією. Залучення інвестицій у будівництво житла завжди здійснюється протягом довготривалого періоду, в умовах невизначеності та завжди так чи інакше пов'язане з ризиками. А ризик, як відомо, виникає за невизначеності впливу чинників зовнішнього середовища та відсутності можливості здійснити достовірний прогноз впливу економічних процесів. Тому достатньо актуальним завданням, що виникає перед інвесторами, є вкладення коштів в проекти, що є інвестиційно привабливими. Різка збільшення кількості новобудов, спричинене низхідною динамікою цін і несприятливою економічною ситуацією, є досить незвичним явищем. Існує думка, що чим більше будується житла і чим нижчі ціни на нього, тим краще для потенційних покупців житла. Зниження цін допомогло тим, хто давно відкладав свої заощадження на купівлю житла, здійснити свої плани. Також удало склалися обставини для тих громадян, які отримували доходи в іноземній валюті. Власники квартир із достатніми заощадженнями змогли поліпшити свої житлові умови, продавши квартири в старому житловому фонді та інвестувавши в новобудови. Варто відзначити, що власне житло залишилося недоступним для громадян із доходами нижче середнього рівня, зменшилося фінансування програм пільгового житла для громадян, що перебувають на квартирному обліку і чекають на отримання житла від держави.

Загальну ілюстрацію житлового фонду України у 2013–2017 рр. наведено на рис. 2 [6]. На даному рисунку чітко видно, що кількість квартир, які перебувають у власності населення, різко скоротилася (на 13%) у 2014 р. порівняно з 2013 р. Очевидно, що дане зменшення відбулося через політичну ситуацію, яка склалася в Україні і залишила відбиток не лише на добробуті населення, а й пригальмувала розвиток національної економіки.

Одним із чинників, що впливає на прийняття рішення щодо доцільності інвестування у житлову нерухомість, є вибір терміну, на який вона купується. Найоптимальнішим терміном придбання нерухомості є щонайменше на 10 років. Вагому роль у цьому аспекті відіграє циклічність економічних процесів. Для порівняння: у 2008 р. вартість квадратного метра в київській новобудові



Рис. 2. Динаміка зміни житлового фонду України у 2013–2017 рр.

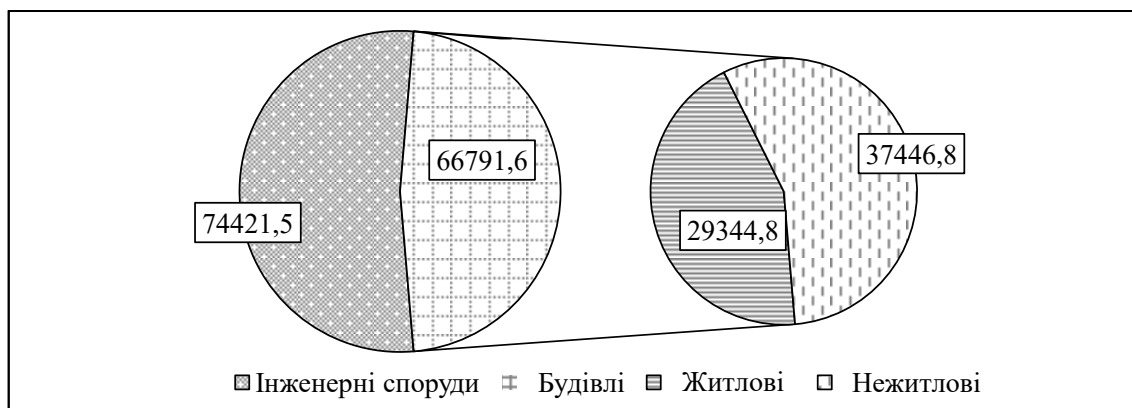


Рис. 3. Обсяг виробленої будівельної продукції (виконаних будівельних робіт) за видами у 2018 р.

становила приблизно 2 800 дол. США, зараз \approx 1 000 дол. США. Звідси стає зрозумілим, що інвестування в нерухомість супроводжується з ризиком її знецінення в майбутньому. За інвестування в нерухомість єдиною гарантією є можливість страхування об'єкта нерухомості від ризику втрати в результаті природних стихій чи інших надзвичайних ситуацій, від незаконних дій третіх осіб, а також страхування власної відповідальності перед іншими особами.

У разі інвестування в нерухомість інвестор стикається з такими видами витрат: пенсійний збір – 1% вартості об'єкта, ПДФО – 5% та військовий збір – 1,5% (якщо житло продається впродовж трьох років із моменту його купівлі), послуги нотаріуса, ріелтора (2,5–5% вартості), забудовника, оцінювання реальної вартості об'єкта інвестування незалежним експертом та послуги банку – від 0,25% з обороту.

Інвестиції в комерційну нерухомість – ще один досить рентабельний вид інвестування. Комерційна нерухомість включає у себе офісні

приміщення, магазини, ресторани, кафе, торговельні та розважальні центри, готелі, виробничі та складські приміщення. Комерційну нерухомість приваблює більшою за житлову робить, насамперед, її універсальність у плані різних способів використання, таких як здача в оренду, реконструкція та перепродаж, ведення власного бізнесу. Епоха надприбутків на ринку комерційної нерухомості поступово відступає на задній план. На рис. 3 [6] показано структуру та обсяги будівництва (за видами) в Україні у 2018 р.

Отже, проаналізувавши обсяг виробленої будівельної продукції та виконаних будівельних робіт за видами у 2018 р., можна побачити, що більшу частку на ринку займають інженерні споруди (66,4%). Будівлі, своєю чергою, поділяються на житлові та нежитлові. У цьому разі переважає частка нежитлових будівель (56,1%). Дана ситуація показує, що в 2018 р. не було стимулу для інвестування в житлову нерухомість, адже для інвесторів вигіднішим є вкладання коштів саме в житлову нерухомість (переважно в первинну),

тому державі, зі свого боку, варто забезпечити збільшення будівництва житлових будівель для залучення більшої кількості як вітчизняних, так і закордонних інвесторів.

Земельні ресурси є унікальною економічною категорією, яка робить значний вплив на систему бухгалтерського обліку земельних ресурсів, котрий включає у себе систему накопичення, систематизації, обробки та аналізу економічної інформації про земельні ресурси як об'єкти інвестиційної нерухомості. Сучасний український земельний ринок характеризується стійким зростанням цін на земельні ділянки. При цьому чим ближче до столиці або великих міст, тим яскравіше помітна така тенденція. Причиною подібної динаміки зростання цін вважається багатофункціональність земельних ділянок.

Інвестування грошових коштів у земельні ділянки вимагає достатніх знань і досвіду. Для детального аналізу варто зосередитися на позитивних та негативних боках даного виду інвестування. Отже, його основними недоліками є: низька ліквідність (дохідність), спричинена довгостроковими вкладеннями у купівлю землі, що не так схильна до коливань ринку, як та ж сама нерухомість; висока ставка податку на землю, що може становити від 0,3% до 1,5% вартості землі; обмежені можливості використання земельної ділянки (відсутність можливості використання землі на свій розсуд і примусове використання її лише за прямим призначенням). Проте існує і низка переваг інвестування в земельні ділянки. Насамперед – низька їхня вартість, проте це залежить і від самого місця та міста, де розташована дана ділянка. Самостійна капіталізація земельної ділянки дає змогу незалежно від того, з якою метою була придбана земля, в будь-який момент часу змінити вид діяльності, який на ній провадиться. Але все-таки інвестування в нерухомість тісно пов'язане з інвестуванням в земельні ділянки, адже найбільш надійним способом інвестування в останнє є саме вкладення коштів у житлову чи комерційну нерухомість. Основними чинниками, що впливають на ціну землі, є її якість, ландшафт, близькість до комунікацій (газ, світло, вода), наближеність до центру міста, магазинів, місць відпочинку та розваг, екологічна чистота місцевості тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Український ринок комерційної нерухомості поступово переходить у нову фазу свого розвитку, коли інвестори і девелопери усвідомлюють необхідність створювати інвестиційно привабливі об'єкти нерухомості з довгим терміном життя.

Для багатьох людей нерухомість є найпростішою для розуміння формою інвестицій, оскільки вона є досить прямолінійною і передбачає справедливий обмін між власником нерухомості (орендодавцем) і користувачем нерухомості (орендарем).

Існує сім різних типів інвестицій у нерухомість, які мають розуміти нові інвестори: комерційна нерухомість, житлова нерухомість, промислова нерухомість, багатофункціональна нерухомість, торговельна нерухомість, іпотечне кредитування, операції з продажу/оренди. Кожен із них має свої переваги та недоліки.

Не існує єдиної думки стосовно вибору: акції чи інвестиції. Кожен вибирає зручніший та привабливіший варіант для себе.

Таким чином, провівши аналіз ринку нерухомості, а саме таких його секторів, як ринок житлової нерухомості (як первинної, так і вторинної), комерційної нерухомості, та ринок землі, можна зробити такі висновки:

- найбільш оптимальним варіантом інвестування є інвестування в ринок первинної житлової нерухомості – достатньо ліквідний актив, який за потреби можна продати і перевести в грошову форму;

- в умовах збільшення внутрішньої міграції впродовж останніх років унаслідок політичної ситуації, що склалася в Україні, значно зріс попит на орендоване житло. Це поширило тенденцію на купівлю житла з метою подальшої здачі в оренду;

- квартири в новобудовах із часом не втрачають свою вартість. Це означає, що якщо квартира купувалася за гривні, то в майбутньому в умовах інфляції її гривнева вартість буде зростати;

- у період економічного спаду цінова динаміка на вторинному ринку передусім зумовлена чинниками макроекономічного розвитку країни. Інвестиційний попит населення реалізується шляхом вкладання коштів в інші фінансові активи;

- нерухомість – це найпривабливіший варіант інвестицій. Вона може генерувати постійний пасивний дохід і може бути хорошою довгостроковою інвестицією, якщо вартість об'єкта збільшується з плином часу;

- інвестуючи в нерухомість, у інвестора з'являється можливість додати різноманітності до свого портфеля і розкласти суму ризику, яку він приймає. Більше того, можна скористатися тим фактом, що інвестиції в нерухомість історично менш схильні до значних коливань ринку;

- перевагою інвестицій у комерційну нерухомість є її потенційна пропозиція. Наприклад, якщо вкладати кошти в офісні приміщення в місті, де розмір квадратних метрів дорівнює премії, то можна стягувати більш високі тарифи. Поки попит залишається високим, а витрати на експлуатацію не покриваються, можна побачити гідну віддачу від вкладених інвестицій;

- під час інвестування доведеться стикнутися з витратами на поточне обслуговування. Разом вони можуть скласти і зменшити дохід, який генерує власність.

У цілому ринок нерухомості України сьогодні продовжує стрімко розвиватися, тому інвестування в нерухомість є досить хорошим способом

як вкладення, так і примноження власних коштів. Проте найдоцільнішою та найприбутковішою формою інвестування даного виду залишається первинна житлова нерухомість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рева Н. В 2014 году индекс недоступности жилья вырос вдвое. URL : <http://domik.ua/novosti/v-2014-godu-indeks-nedostupnosti-zhilya-vyros-vdvoe-n231842.html> (дата звернення: 03.01.2020).
2. Дубенська О. Нерухомість у рік потрясінь. URL : https://lb.ua/economics/2018/12/27/290433_neruhomist_rik_potryasin.html (дата звернення: 28.12.2019).
3. Заславська М. Сдвинется ли с мертвой точки рынок украинской недвижимости? URL : <http://forbes.net.ua/business/1386328-sdvinetsya-li-s-mertvoj-tochki-rynok-ukrainskoj-nedvizhimosti> (дата звернення: 05.01.2020).
4. Коцераба О. Пузырь на рынке недвижимости Украины готовится лопнуть. URL : <https://www.obozrevatel.com/realty/news/61029-puzyir-na-ryinke-nedvizhimosti-ukrainyi-gotovit-sya-lopnut.htm> (дата звернення: 05.01.2020).
5. Бондар Л. Аналіз цін на вторинному ринку житлової нерухомості Києва: грудень 2018 р. URL : <https://100realty.ua/uk/analytics/50483> (дата звернення: 05.01.2020).
6. Державна служба статистики : вебсайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.12.2019).

REFERENCES:

1. Reva N. (2014). V 2014 godu indeks nedostupnosti zhil'ya vyros vdvoe [In 2014 the housing unavailability index doubled] from <http://domik.ua/novosti/v-2014-godu-indeks-nedostupnosti-zhilya-vyros-vdvoe-n231842.html> (accessed 03 January 2020).
2. Dubens'ka O. (2018) Nerukhomist' u rik potryasin' [Real estate in a year of turmoil] from <http://domik.ua/novosti/v-2018-godu-indeks-nedostupnosti-zhilya-vyros-vdvoe-n231842.html> (accessed 28 December 2019).
3. Zaslavs'ka M. (2019) Sdvinetsya li s mertvoy tochki rynek ukrainskoy nedvizhimosti? [Will the Ukrainian real estate market get off the ground?] from <http://forbes.net.ua/business/1386328-sdvinetsya-li-s-mertvoj-tochki-rynok-ukrainskoj-nedvizhimosti/> (accessed 05 January 2020).
4. Kotseruba O. (2019) Puzyr' na rynke nedvizhimosti Ukrainy gotovitsya lopnut' [Bubble in the real estate market of Ukraine is preparing to burst] from <http://obozrevatel.com/realty/news/61029-puzyir-na-ryinke-nedvizhimosti-ukrainyi-gotovit-sya-lopnut.htm/> (accessed 05 January 2020).
5. Bondar L. (2018) Analiz tsin na vtorynnomu rynku zhytlovoyi nerukhomosti Kyveva: hruden' 2018 r. [Residential real estate market price analysis for Kyiv: December 2018] from <http://100realty.ua/uk/analytics/50483/> (accessed 05 January 2020).
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2018) *Kapital'ni investytsiyi* [Capital Investments], Kyiv: Informatsiyno-analytichne ahenstvo Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 29 December 2019).

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

FORMATION OF A CONTROL SYSTEM OF ECONOMIC POTENTIAL AS STRATEGY TO IMPROVING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

У статті досліджено та охарактеризовано існуючі підходи до визначення поняття економічного потенціалу. Автором запропоновано власне визначення економічного потенціалу підприємства як сукупності його можливостей, зумовлених наявністю певної системи ресурсів і компетенцій, створювати максимальний результат, який ґрунтується на стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто процес підвищення конкурентоспроможності за рахунок розвитку економічного потенціалу, що потребує управління та застосування стратегічного підходу підприємством. Запропоновано формування системи управління потенціалом підприємства з урахуванням виконання завдання забезпечення керованості процесів та оцінки реалізації стратегічних цілей. Безпосередньо під системою маєтись на увазі спосіб поєднання складових частин (компонентів) для якнайкращого виконання суб'єктами функцій управління шляхом дотримання стратегії та забезпечення конкурентоспроможності.

Ключові слова: система, управління, потенціал, конкурентоспроможність, стратегія, підприємство.

В статті досліджено та охарактеризовано існуючі підходи до визначення поняття економічного потенціалу. Автором запропоновано власне визначення економічного потенціалу підприємства як сукупності його можливостей, зумовлених наявністю певної системи ресурсів і компетенцій, створювати максимальний результат, який ґрунтується на стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто процес підвищення конкурентоспроможності за рахунок розвитку економічного потенціалу, що потребує управління та застосування стратегічного підходу підприємством. Запропоновано формування системи управління потенціалом підприємства з урахуванням виконання завдання забезпечення керованості процесів та оцінки реалізації стратегічних цілей. Безпосередньо під системою маєтись на увазі спосіб поєднання складових частин (компонентів) для якнайкращого виконання суб'єктами функцій управління шляхом дотримання стратегії та забезпечення конкурентоспроможності.

Ключевые слова: система, управления, потенциал, конкурентоспособность, стратегия, предприятие.

УДК 338.512

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-32>

Маковоз О.С.

д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та оподаткування Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Makovoz Oksana

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"3

The article discusses and describes existing approaches to defining economic potential. The author proposes his own definition of the economic potential of an enterprise as a combination of its capabilities, due to the presence of a certain system of resources and competences, to create a maximum result, which is based on a strategy to increase the competitiveness of the enterprise. At generalization of determinations of economic potential it is possible to underline that him basic components are an amount and quality of economic resources the certain economic system has that in the order, ability over of these economic resources at the terms of their use to bring to the certain socio-economic results under act of internal and external factors. Internal potential is presented by resources and competences, that allow to realize market chances that is given. Internal potential is description of internal possibilities of enterprise in producing goods and services and receipt of corresponding acuests. It is size largely depends on an amount and qualities of economic resources, an enterprise has in an order that and it is determined by his ability adequately to react on the change of market situation, possibility of rapid change of nomenclature and assortment of products that is produced, in accordance with the necessities of market. External (market) potential characterizes possibilities the enterprises oriented to the market, and it is determined by the potential volume of demand, displeased at the suggestion formed by him. Market potential of enterprise determines his ability to provide proof position at the market of these commodities and services in a greater degree. Control system by potential of enterprise, as well as any other control system, the task of providing to dirigibility of processes and estimation of realization of strategic aims decides. The process of increasing competitiveness through the development of economic capacity, which needs to be managed and applied strategically by the enterprise, is considered. It is proposed to create a system for managing the capacity of the enterprise taking into account the tasks of ensuring the manageability of processes and assessing the implementation of strategic goals. Directly under a system the way a combination of components (components) for the best performance by subjects of functions of management by observance of strategy and ensuring competitiveness means.

Key words: system, management, potential, competitiveness, strategy, enterprise.

Постановка проблеми. Економічний потенціал підприємства є складною економічною категорією, яка за загальним змістом характеризує його можливості для досягнення певних цілей, що визначаються як внутрішнім, так і зовнішнім середовищем. Дослідження економічного потенціалу в стратегічному аспекті сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування економічного потенціалу підприємств, його структуризації та оцінки приділяється все більше уваги в працях вітчизняних і закордонних учених-економістів, зокрема Н.С. Педченко, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда,

Л.О. Кустрич, О.Ю. Амосова, А.Л. Сабадирьової, Т.М. Халімон, О.В. Станіславик, О.М. Коваленко, М.Е. Портера, К.О. Кузнєцової, Н.І. Верхоглядової, Е.В. Попова, О.І. Самоукина [1–12] та ін. Слід відзначити, що існуючі розробки не охоплюють усієї предметної площини можливих напрямів впливу економічного потенціалу на стратегію конкурентоспроможності підприємства. Окрім того, не дістали належного висвітлення питання формування системи управління економічним потенціалом як стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Постановка завдання. Мета дослідження – узагальнити та проаналізувати теоретичні і практичні

підходи до системи управління економічним потенціалом як стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Підприємства тривалий час досягають успіху на ринку, тому що краще, ніж конкуренти, задовольняють потреби споживачів. Під час розроблення ефективної стратегії головне – вибирати ті ресурси та можливості, на яких повинно зосередитися підприємство та які можуть стати його основною стратегією. Якщо у підприємства відсутні вагомні конкурентні ресурси та можливості, то йому доведеться активно розвивати їх та створювати нові [2, с. 222].

Аналіз існуючих підходів до визначення поняття економічного потенціалу дає змогу зробити висновки про те, що кожен із дослідників, як правило, акцентує увагу на окремих його характеристиках, що і стає основою кожного конкретного визначення. Так, одні визначення базуються на умовах і чинниках, які впливають на загальний стан системи та визначають величину потенціалу. Інші – на результатах, які отримує система під час використання потенціалу. Треті – на можливостях системи формувати і максимально задовольняти потреби суспільства. Саме це й пояснює наявність багатьох відмінностей між визначеннями економічного потенціалу, що надають різні дослідники.

На думку А.І. Самоукіна, потенціал необхідно розглядати у взаємозв'язку із властивими кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства, організації, галузей народного господарства з приводу повного використання їхніх здібностей щодо створення матеріальних благ і послуг [12, с. 19].

Ставка на інтенсифікацію конкуренції не може бути успішною, якщо суб'єкти бізнесу забувають про рівень результативності, раціональності, послідовності й обґрунтованості конкурентних дій. Рівень результативності конкурентних дій виявляється у величині конкурентних переваг, завдяки яким фірма є спроможною здійснювати захоплення й утримання конкурентних позицій. Необхідність утримання конкурентних позицій і, як наслідок, їх захоплення зумовлює важливість забезпечення стійкості цих позицій. Рівень стійкості конкурентних позицій залежить від двох груп чинників. Перша група пов'язана з внутрішніми умовами ділової діяльності, такими як конкурентний потенціал суб'єктів підприємницького бізнесу, рівень їхньої реальної конкурентоспроможності, характер застосовуваних напрямів, видів і методів конкурентних дій [10, с. 4].

Виходячи з трактування економічного потенціалу як сукупності ресурсів, які має у наявності певна економічна система, що використовуються

для досягнення конкретної мети, під час визначення даної категорії необхідно враховувати такі його характеристики, як сукупні здібності та можливості економічної системи, наявність певного набору економічних ресурсів, які дають змогу реалізувати здібності та можливості системи. Тобто такий підхід до визначення поняття потенціалу характеризує досягнутий рівень розвитку певної економічної системи. Згідно з логікою висунутих вище пропозицій, а також урахуваючи зміст економічної діяльності підприємства, на нашу думку, вимогам повноти і змістовності буде відповідати визначення економічного потенціалу підприємства як сукупності його можливостей, зумовлених наявністю певної системи ресурсів і компетенцій, створювати максимальний результат, який ґрунтується на стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Узагальнивши визначення економічного потенціалу, можна підкреслити, що його основними компонентами є кількість і якість економічних ресурсів, які має у своєму розпорядженні конкретна економічна система, здатність цих економічних ресурсів за умов їх використання призводити до певних соціально-економічних результатів під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників.

Внутрішній потенціал представлений ресурсами та компетенціями, які дають змогу реалізувати ринкові шанси, що надаються. Внутрішній потенціал є характеристикою внутрішніх можливостей підприємства у виробництві товарів і послуг та отриманні відповідного доходу. Його величина значною мірою залежить від кількості та якості економічних ресурсів, які має в розпорядженні підприємство, та визначається його здатністю адекватно реагувати на зміну ринкової ситуації, можливістю швидкої зміни номенклатури й асортименту продукції, що випускається, відповідно до потреб ринку.

Зовнішній (ринковий) потенціал характеризує можливості підприємства, орієнтовані на ринок, і визначається потенційним обсягом попиту, незадоволеним сформованою ним пропозицією. Ринковий потенціал підприємства більшою мірою визначає його здатність забезпечувати стійке положення на ринку даних товарів і послуг.

Система управління потенціалом підприємства, як і будь-яка інша система управління, вирішує завдання забезпечення керованості процесів та оцінки реалізації стратегічних цілей. Безпосередньо під системою мається на увазі спосіб поєднання складових частин (компонентів) для якнайкращого виконання суб'єктами функцій управління шляхом дотримання стратегії та забезпечення конкурентоспроможності. Основні елементи перебувають між собою у відповідному зв'язку та відповідних співвідношеннях, які визначають процес формування системи

управління економічним потенціалом як стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).

Підтримуючи думку Н.С. Педченко, вважаємо, що управління економічним потенціалом підприємства є систематичною, динамічною, плановою і комплексною діяльністю щодо забезпечення стратегічної життєдіяльності шляхом гармонійної узгодженості дії ресурсів, спроможностей, інновацій [1, с. 219].

Для досягнення запланованої мети ресурсний потенціал підприємства повинен являти собою не просто набір окремих видів ресурсів, а єдину систему взаємозв'язаних, оптимальних за кількістю та якістю ресурсних складників. Тому для формування такого ресурсного потенціалу необхідно ефективно управляти процесом його формування та реалізації [3, с. 26].

Підприємства для формування і розвитку свого конкурентоспроможного потенціалу повинні вносити зміни до своєї господарської діяльності.

Більше того, потреба в змінах стала виникати так часто, що їхній вплив на життєвий цикл підприємства вже не розглядається як виняткове явище, у практиці і наукових дослідженнях усе більше уваги приділяється аналізу методів та організаційним можливостям управління змінами. Концепція управління змінами охоплює всі заплановані, організовані і контрольовані зміни у сфері стратегії, виробничих процесів, структури і культури підприємства [4, с. 82].

Ресурсозбереження і знання в стратегії підприємства визначають ресурсозберігаючий потенціал. У стратегії потенціалу мають місце й інші процеси, які створюють відповідні види потенціалу поряд із процесом ресурсозбереження підприємства. Так, в організаційному процесі формується організаційний потенціал, в інноваційному процесі визначається інноваційний потенціал; в управлінському процесі – управлінський потенціал; у виробничому процесі – виробничий потенціал; у процесі модернізації протікають інституційний,

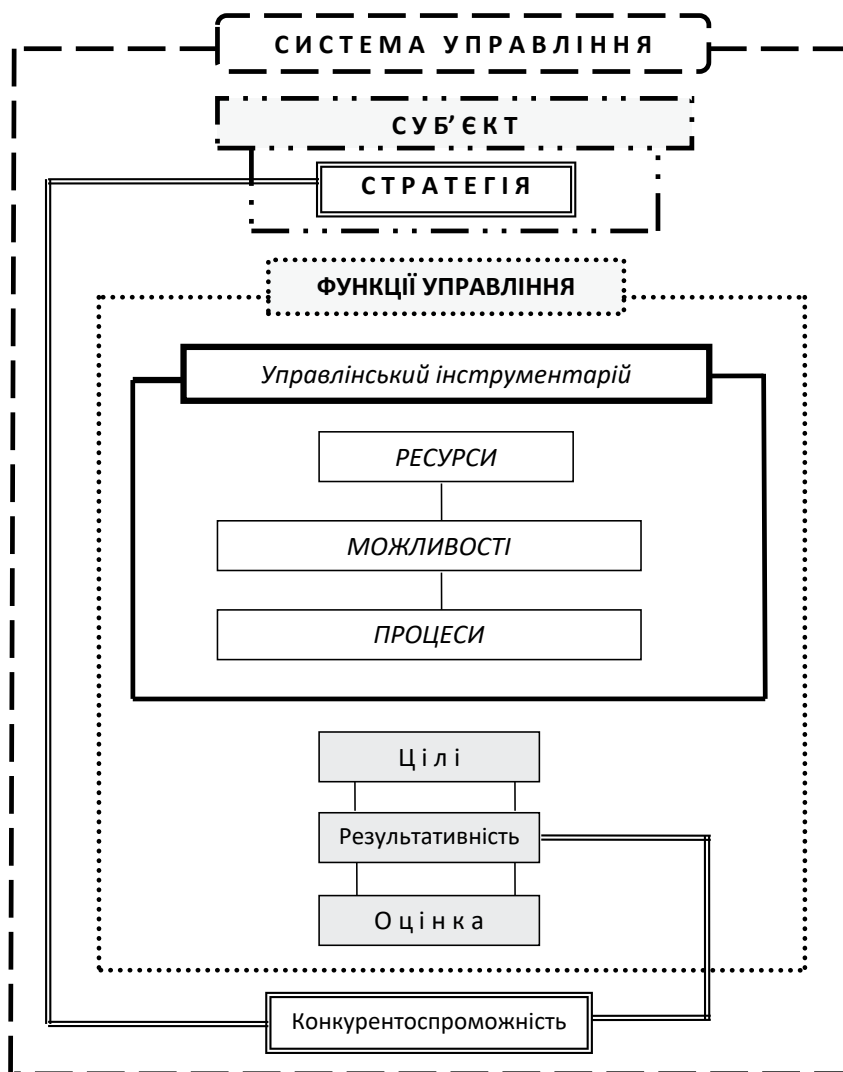


Рис. 1. Системи управління економічним потенціалом

науково-освітній та фінансовий процеси і створюються види потенціалів [5, с. 223].

Важливими чинниками формування потенціалу конкурентоспроможності підприємства є обсяг, якість, структура його ресурсів, компетентності підприємства, зорієнтованість на споживачів, можливість генерування цінностей та інноваційність. Потенціал конкурентоспроможності підприємства – це стабільна основа для успішного розвитку підприємства, яка створює підґрунтя для формування конкурентних переваг поза впливу зовнішнього середовища або під час найбільш можливої мінімізації цього впливу [6, с. 36].

Підвищення конкурентоспроможності являє собою процес змін та потребує управління та наявності стратегічного підходу підприємства, тобто для ефективного функціонування підприємства необхідне розроблення стратегії такого підвищення з урахуванням усіх аспектів сприяння та протидії. Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи) щодо досягнення цілей підвищення конкурентоспроможності [7, с. 224].

Але найбільш удалим, на нашу думку, є визначення М. Портера, який під останнім розумів порівняльну характеристику підприємства, яка відображає різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно з аналогічними показниками підприємств-конкурентів певної однорідної групи [8, с. 76].

Конкурентоспроможність підприємства є комплексною порівняльною характеристикою, яка повинна відображати ступінь переваг підприємства, що розглядається, над підприємствами-конкурентами за певною визначеною сукупністю оціночних показників його діяльності. Доповнимо вищевикладене визначенням поняття «ресурсний потенціал підприємства», під яким розуміється сукупність наявних видів ресурсів, сполучених між собою, використання яких дасть змогу досягти економічного ефекту [9, с. 220–221].

За умов коли об'єктом оцінки виступають окремі активи підприємства (які розподілені за елементами потенціалу), руйнується їх зв'язок із конкретною економічною системою, з одного боку, а з іншого – вилучені елементи потенціалу створюють підґрунтя формування нової системи. Отже, цінність таких активів має визначатися відповідно до нових цілей і бажаних результатів.

Для забезпечення цілеспрямованості процесу оцінки має бути розроблена її система, яка в загальному розумінні охоплює такі основні елементи: об'єкт оцінки, критерій оцінки, показник (система), одиниці (шкала) вимірювання, принципи оцінки. Оцінка потенціалу є необхідною на

всіх стадіях підготовки та прийняття рішення, особливо на етапах формування мети, розроблення рішення, відбору кращого з варіантів та під час обговорення результатів реалізації рішення. Об'єкт, як і призначення оцінки, визначається її цілями. Основні цілі оцінки наявності потенціалу, на нашу думку, пов'язані з дослідженням потенціалу розвитку діючого або нового бізнесу, купівлею-продажем підприємства (його активів або акцій), реорганізацією, модернізацією підприємства, обґрунтуванням потреби в додатковому фінансуванні. Окрім того, оцінка може здійснюватися також із метою визначення частки майна, що знаходиться у спільному володінні; вибору варіанту розпорядження власністю; перевірки доцільності інвестиційних вкладень тощо.

Існування різноманітних цілей оцінки посилює вимоги до обґрунтованості вартості, яка повинна правильно відбивати сферу використання результатів оцінки та справедливо може застосовуватися як критерій цінності об'єкта. Ураховуючи підвищення динамізму зовнішнього середовища, на нашу думку, доцільно розглядати потенціал підприємства за часом його реалізації (використання). Якщо існуючі можливості вже використовуються або можуть бути використані в даний час для досягнення певних результатів, то йдеться про наявний потенціал. За умов коли на певний час можливості відсутні, але можуть бути сформовані для досягнення стратегічних цілей, доцільно виділяти стратегічний потенціал. Рівень стратегічного потенціалу підприємства визначається складом і сучасним станом системи наявних ресурсів; ступенем відповідності ресурсного потенціалу стратегічним цілям і завданням розвитку підприємства; здатністю ресурсного потенціалу забезпечити стійкість господарської системи до впливу зовнішнього середовища й її внутрішню гнучкість (здібність до адаптації) [11, с. 78].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, ефективне управління підприємством, формування адаптованих до сучасних умов розвитку господарських відносин механізмів управління передбачають розроблення та впровадження інтегрованої системи управління, основою якої виступає система оцінки потенціалу, процесів його змінення. Формування системи управління економічним потенціалом як стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства базується на спостереженнях, аналізі та оцінці потенціалу, служить цілям функціонування та розвитку підприємства, є інструментом обробки інформації, засобом обґрунтування стратегічних рішень та визначається потребами управління. Проблема вимірювання величини потенціалу підприємства є важливою як у теоретичному, так і в практичному плані. Знання потенціалу підприємства дає змогу

визначити сумарний потенціал галузі та економіки у цілому, створює основу для розроблення, вибору та обґрунтування довгострокових цілей їхнього розвитку. Співвідношення величини потенціалу з кінцевими результатами функціонування підприємства дає змогу отримати комплексне уявлення про ефективність його функціонування, тобто ступінь реалізації потенціалу. Це дає змогу визначити напрями реструктуризації потенціалу з метою оптимізації його структури. Використання запропонованої системи забезпечує логічний зв'язок стратегії та конкурентоспроможності з прийняттям управлінських рішень, а також дає змогу оцінювати економічний потенціал підприємства з погляду досягнення цілей діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Педченко Н.С. Концептуальні підходи до формування і використання потенціалу розвитку підприємства в системі стратегічного управління. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 6(51). Ч. 1. С. 220–228.
2. Томпсон-мл. А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2006. 928 с.
3. Кустрич Л.О. Стратегічне управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Умань : Сочінський М.М., 2018. 416 с.
4. Амосов О.Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 79–83.
5. Сабадирьова А.Л. Портфельно-орієнтований підхід у стратегії потенціалу підприємства. *Проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 222–227.
6. Халімон Т.М. Формування та оцінка потенціалу конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 5(2). С. 35–39.
7. Станіславик О.В., Коваленко О.М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. *Економічний форум*. 2017. № 2. С. 223–231.
8. Porter M.E. *Competitive Advantage of Nations*. New York : Free Press, 1990. 426 p.
9. Кузнєцова К.О. Конкурентоспроможність підприємства на основі ресурсного потенціалу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2013. № 10. С. 219–223.
10. Верхоглядова Н.І. Перспективні напрями дослідження конкурентостійкості в сучасних умовах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. Вип. 2(02). С. 3–6.
11. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. Москва : Экономика, 2002. 558 с.
12. Самоукин А.И. Потенциал нематериального производства. Москва : Знание, 1991. 64 с.

REFERENCES:

1. Pedchenko, N.S. (2011), *Kontseptualni pidkhody do formuvannia i vykorystannia potentsialu rozvytku pidpriemstva v systemi stratehichnoho upravlinnia*. [Conceptual approaches to the formation and use of the potential of enterprise development in the system of strategic management], *Naukovyj visnyk poltavs'koho universytetu ekonomiky i torhivli*, vol. 6, no. 51, pp. 220-228. (in Ukrainian)
2. Tompson, A.A. and Strickland, A. Dzh. (2006) *Strategicheskiy menedzhment. Kontseptsii i situatsii dlya analiza* [Strategic management. Conceptions and situations for an analysis] Translated from. eng. Vil'yams, Moscow, Russia, 928 p.
3. Kustrich, L.O. (2018), *Stratehichne upravlinnia resursnym potentsialom ahrarnykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Strategic management of resource potential of agricultural enterprises: theory, methodology, practice], monograph, Vydavets "Sochinskyi M.M.", Uman, Ukraine, 416 p.
4. Amosov O. Yu. (2011) *Otsinka potentsialu konkurentospromozhnosti yak osnovnoho aspektu rozvytku pidpriemstva* [Assessment of competitive potential as a major aspect of enterprise development]. *Problemy ekonomiky*. № 3. pp. 79-83. (in Ukrainian)
5. Sabadyrova A. L. (2015) *Portfelno-orientovanyi pidkhid u stratehii potentsialu pidpriemstva* [Portfolio-oriented approach in enterprise potential strategy]. *Problemy ekonomiky*. № 4. pp. 222-227. (in Ukrainian)
6. Khalimon T. M. (2016) *Formuvannia ta otsinka potentsialu konkurentospromozhnosti pidpriemstva*. [Formation and assessment of competitiveness potential of the enterprise] *Ekonomichniy visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*. № 5 (2). pp. 35-39. (in Ukrainian).
7. Stanislavik O. V., Kovalenko O. M. (2017) *Aktualni shliakhy ta faktory pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianoho pidpriemstva*. [Topical ways and factors of increasing the competitiveness of a domestic enterprise] *Ekonomichniy forum*. № 2. pp. 223-231. (in Ukrainian)
8. Porter M.E. (1990), *Competitive Advantage of Nations*. –New York: Free Press.426 p.
9. Kuznietsova K. O. (2013) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva na osnovi resursnoho potentsialu*. [Competitiveness of the enterprise on the basis of resource potential] *Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy Kyivskiy politekhnichniy instytut*. № 10. pp. 219-223. (in Ukrainian)
10. Verkhohliadova N. I. (2016) *Perspektyvni napriamy doslidzhennia konkurentosti v suchasnykh umovakh*. [Perspective directions of research of competitiveness in modern conditions] *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia: elektron. nauk. fakrove vyd. Vypusk 2 (02)*. pp. 3-6. (in Ukrainian)
11. Popov E. V. (2002) *Rynochnyy potentsial predpriyatiya*. [Market potential of the enterprise] M. : Ekonomika. 558 p. (in Russian)
12. Samoukin A. I. (1991) *Potentsial nematerialnogo proizvodstva*. [The potential of intangible production] M. : Znaniye. 64 p. (in Russian)

ТЕХНОЛОГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АНАЛІТИКІВ ІЗ ПИТАНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

TECHNOLOGY OF ACTIVITY OF ANALYSTS' ON ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY

У статті обґрунтовано доцільність роботи підрозділу аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства. Дано авторське визначення технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства. Розроблено модель конфігурації елементів технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства та надано їх характеристику. Згруповано та конкретизовано чинники ефективності досліджуваної технології. Розроблено матрицю завдань аналітиків із питань економічної безпеки підприємства за рівнями стратегічного, тактичного й операційного менеджменту та деталізовано її складники. Визначено вертикальні та горизонтальні зв'язки між блоками завдань у розробленій матриці, що забезпечують процес реалізації стратегії економічної безпеки підприємства. Обґрунтовано доцільність звернення суб'єктів малого бізнесу до фахівців із питань економічної безпеки спеціалізованих консалтингових компаній на договірній основі. Сформульовано авторські висновки та пропозиції.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, аналітики з питань економічної безпеки, технологія діяльності, стратегічний менеджмент, тактичний менеджмент, операційний менеджмент.

В статті обґрунтовано цілісність роботи підрозділу аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства.

Дано авторське визначення технології діяльності аналітиків по вопросам экономической безопасности предприятия. Разработана модель конфигурации элементов исследуемой технологии и представлена их характеристика. Сгруппированы и конкретизированы факторы эффективности технологии деятельности аналитиков по вопросам экономической безопасности предприятия. Разработана матрица задач аналитиков по вопросам экономической безопасности предприятия по уровням стратегического, тактического и операционного менеджмента и детализированы ее составляющие. Определены вертикальные и горизонтальные связи между блоками задач в разработанной матрице, обеспечивающие процесс реализации стратегии экономической безопасности предприятия. Обоснована целесообразность обращения субъектов малого бизнеса к специалистам по вопросам экономической безопасности специализированных консалтинговых компаний на договорной основе. Сформулированы авторские выводы и предложения.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, аналитики по вопросам экономической безопасности, технология деятельности, стратегический менеджмент, тактический менеджмент, операционный менеджмент.

УДК 65.015.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-33>

Олійничук О.І.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри безпеки,
правоохоронної діяльності
та фінансових розслідувань
Тернопільський національний
економічний університет

Oliynychuk Oleksandra

Ternopil National Economic University

In condition of constant competition and improvement of marketing technologies prognostication and operational decision making in the direction of achieving safe functioning parameters are very important for each enterprise. Therefore, it is increasingly important analytical department of the enterprise economic security providing, which is a qualitatively new business unit of the business entity with valuation and prediction functions in the security-oriented vector. The article substantiates the expediency of work of the analytical department of economic security of the enterprise. The author's definition of technology of activity of analysts on enterprise economic security is given. According to it the technology of activity of analysts on economic security of the enterprise is an organic combination and active use of their knowledge and skills with the technical and economic methods and tools in the direction of ensuring the safe parameters of functioning of the economic entity through the qualitative performance of a number of tasks. The model of elements configuration of technology of activity of analysts on enterprise economic security is developed and their specification and characterization are given. It was highlighted the organizational and psychological, informational, technical, analytical, evaluative and prognostic, advisory, report and result components of activity technology of analysts on economic security of the enterprise. The factors of efficiency of technology of activity of analysts on enterprise economic security are grouped and specified. The matrix of tasks of analysts on enterprise economic security by the levels of strategic, tactical and operational management is developed and its components are detailed. The vertical and horizontal relationships between the blocks of tasks in the developed matrix are defined, which provide the process of implementation of the economic security strategy of the enterprise. The expediency of treating small business entities to the economic security specialists of specialized consulting companies on a contractual basis is substantiated. The author's conclusions and suggestions are formulated.

Key words: economic security of the enterprise, analysts on economic security, technology of activities, strategic management, tactical management, operational management.

Постановка проблеми. Суттєва мінливість ринкового середовища, політична нестабільність, макроекономічні дисбаланси створюють несприятливі умови функціонування підприємств, оскільки породжують численну кількість різноманітних ризиків і загроз для сталого та безпечного розвитку господарюючих суб'єктів у короткостроковій і довгостроковій перспективі. Водночас постійна конкурентна боротьба й удосконалення маркетингових технологій ставлять перед підприємствами завдання прогнозування та оперативного прийняття адекватних управлінських рішень у напрямі досягнення безпечних параметрів функціонування.

У таких умовах все більшого значення набуває підрозділ аналітичного забезпечення економічної безпеки – якісно нової структурної одиниці бізнес-суб'єкта з оціночно-прогностичними функціями у безпекоорієнтованому векторі.

Стрімкий науково-технічний прогрес, розвиток інформаційних технологій зумовлюють постійні зміни у переліку вимог до фахівців, зайнятих забезпеченням економічної безпеки підприємства, а також постійне оновлення їхніх функціональних обов'язків. З'являються нові ділянки та види робіт, пов'язані із застосуванням спеціального програмного забезпечення, економіко-математичного

моделювання, методів оцінки безпеки бізнесу. Відповідно, наукова організація праці аналітиків із питань економічної безпеки стає об'єктивною необхідністю, а тому дослідження аспектів їхньої роботи має надзвичайно актуальне значення в теоретичній та практичній площинах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика забезпечення економічної безпеки суб'єкта підприємницької діяльності, його організаційного складника не втрачає своєї актуальності у сфері наукових розробок. Результати ґрунтовних і комплексних досліджень управління економічною безпекою підприємства у своїх працях представили Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко [1; 2], Т.Г. Васильців [3], А.М. Турило, С.Б. Новак, С.В. Капітула [4]. Х.О. Мандзіновська визначила основні завдання, обов'язки та права аналітика з питань фінансово-економічної безпеки підприємства, окреслила професійні та особисті якості, якими вони повинні володіти для виконання своїх професійних обов'язків [5]. Однак, як свідчать результати наших досліджень, чимало питань, що стосуються організації та функціонування аналітичної служби з питань забезпечення економічної безпеки господарюючого суб'єкта є недостатньо висвітленими у наукових працях.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування технології діяльності підрозділу аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства, висвітлення чинників її ефективності, а також характеристика їхніх завдань за рівнями менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Економічна безпека підприємства (ЕБП) характеризується значним рівнем мінливості, причому її послаблення може бути спричинене дією лише однієї вагомої загрози, тоді як зміцнення – це результат тривалої, комплексної та кропіткої роботи всього управлінського персоналу та, передусім, аналітиків із питань безпеки. Тому видається за доцільне наголосити, що саме сукупність індикаторів економічної безпеки, а не окремі коефіцієнти економічного аналізу свідчать про реальний стан господарюючого суб'єкта, дають змогу виявити різнопланові проблеми та розробити відповідні шляхи їх вирішення.

Досягнення безпечних параметрів функціонування – це пріоритетне завдання кожного підприємства, адже саме перебування у зоні безпеки дає змогу впевнено освоювати нові перспективні ринки збуту, ставити амбітні цілі та досягати їх. Ключову роль у цьому відіграють саме аналітики з питань економічної безпеки підприємства, які, застосовуючи відповідну технологію, здатні перетворити планові показники безпеки на звітні.

Технологія діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства – це органічне поєднання та активне використання їхніх знань, умінь і навичок із техніко-економічними методами, засобами, інструментами у напрямі забезпечення безпечних параметрів функціонування господарюючого суб'єкта шляхом якісного виконання цілої низки завдань. Схематично сукупність елементів даної технології можна представити за допомогою рис. 1.

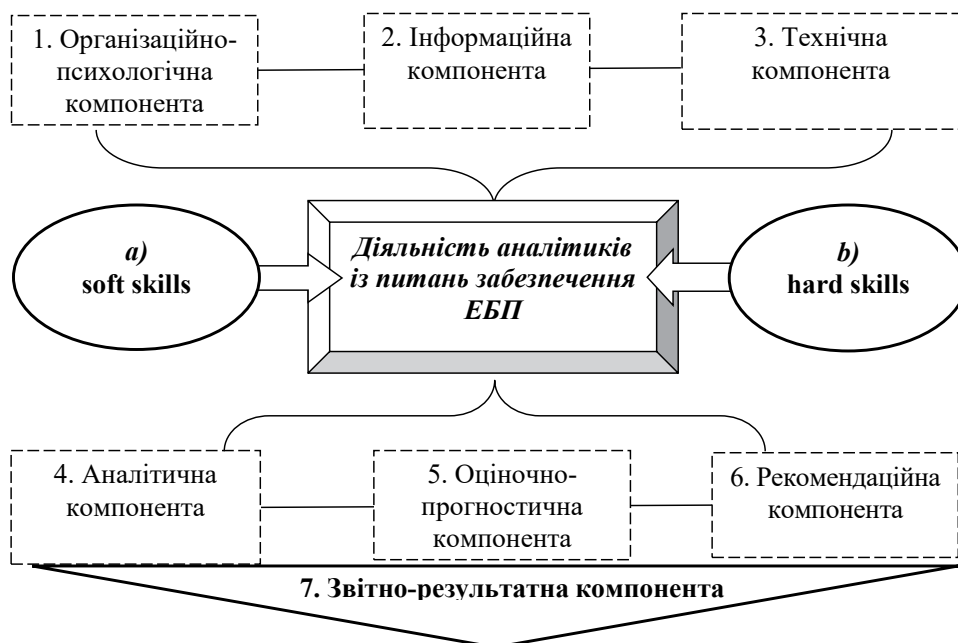


Рис. 1. Модель конфігурації елементів технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства

Джерело: розроблено автором

Характеристика елементів досліджуваної технології полягає у такому:

1. Організаційно-психологічну компоненту представляють місія, візія, цінності служби аналітиків з питань ЕБП.

Місія – забезпечення економічної безпеки підприємства.

Візія: підрозділ аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства – успішна команда висококваліфікованих і досвідчених фахівців, здатних оперативно та результативно виконувати завдання щодо досягнення прийнятного рівня економічної безпеки.

Цінності – професіоналізм, відповідальність, пріоритетність загальнокорпоративних цілей, дотримання комерційної таємниці.

2. Інформаційна компонента полягає у забезпеченні можливості безперешкодного збору та опрацювання необхідної інформації із внутрішніх та зовнішніх джерел.

3. Технічна компонента забезпечується наявністю відповідного технічного та програмно-аналітичного забезпечення, його регулярним оновленням.

4. Аналітичну компоненту формує сукупність взаємозв'язаних аналітичних процесів із відповідної обробки вхідної інформації для оцінки ризиків і загроз, складання коротко-, середньо- та довгострокових прогнозів їхнього впливу на рівень економічної безпеки підприємства (5. Оціночно-прогностична компонента) та надання обґрунтованих рекомендацій щодо нейтралізації чи мінімізації негативного впливу потенційних чи реальних ризиків/загроз (6. Рекомендаційна компонента).

7. Звітно-результатна компонента полягає у формуванні та наданні звітів із різним ступенем деталізації поданої інформації (формальне вираження результату роботи аналітичної служби) для прийняття управлінських рішень у напрямі досягнення економічної безпеки, що й становитиме реальний результат роботи досліджуваного підрозділу.

Поряд із виокремленими компонентами варто особливу увагу приділити висвітленню тих засадничих характеристик аналітиків із питань ЕБП, без яких фактично неможлива реалізація досліджуваної технології як загалом, так і її окремих компонент, а саме **soft** та **hard skills**. Їхні **soft skills** представляють знання й уміння, які безпосередньо не задіяні у професійній діяльності, але необхідні для успішної роботи в команді та виконання поставлених цілей. **Hard skills** – знання економічного аналізу, моделювання, діагностики, прогнозування, вміння використовувати відповідне програмно-аналітичне забезпечення.

Ефективність технології діяльності аналітиків із питань ЕБП визначається сукупністю чинників різного характеру (табл. 1).

Як видно з табл. 1, на рівень ефективності технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства здійснює вплив сукупність чинників, тому для отримання бажаного результату слід враховувати специфіку їхньої дії. Ігнорування хоча б одного з них може зумовити провал політики ЕБП.

Згідно з авторським визначенням технології діяльності аналітиків із питань ЕБП, її кінцевою метою є досягнення безпечних параметрів функціонування завдяки виконанню поставлених

Таблиця 1

Чинники ефективності технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства

№ п/п	Група чинників	Підгрупи чинників
1	Психо-фізіологічні	– Мотивація (<i>грошове заохочення, стабільність і безпека робочого місця, комфорт, справедливість, самореалізація та розвиток, визнання, перспективи кар'єрного зростання</i>). – Висока корпоративна культура (<i>спільний відпочинок, святкування, звичаї, традиції, комфортний психологічний клімат</i>).
2	Технічні	– Автоматизоване робоче місце. – Наявність відповідного програмно-технічного й інформаційного забезпечення для виконання поставлених завдань. – Регулярне навчання персоналу новітнім методам, засобам та інструментам забезпечення економічної безпеки підприємства.
3	Економічні	– Достойна та вчасна заробітна плата. – Відповідність величини заробітної плати обсягу виконуваних обов'язків. – Додаткове фінансування виконання окремих завдань (у разі потреби).
4	Організаційні	– Ефективна комунікація між аналітиками з питань забезпечення безпеки та з іншими структурними підрозділами підприємства. – Оптимальний стиль управління. – Чіткий розподіл функціональних обов'язків і праці.

Джерело: складено автором

перед ними завдань. Під час їх постановки, на нашу думку, слід урахувати принцип ієрархичності рівнів менеджменту, що дасть змогу забезпечити чіткість, раціональність, оперативність, доцільність, своєчасність, економічність та якість роботи і виконання поставлених завдань. Відповідно до даного підходу, нами побудовано матрицю завдань аналітиків із питань економічної безпеки підприємства за рівнями його менеджменту, що відображена на рис. 2.

Як демонструє рис. 2, у матриці завдань аналітиків із питань забезпечення ЕБП пропонується виділяти блоки завдань відповідно за рівнями менеджменту підприємства: стратегічним, тактичним, операційним. Усі завдання взаємопов'язані як вертикально, так і горизонтально. Так, у підсистемі стратегічного менеджменту до ключових завдань аналітиків із питань економічної безпеки підприємства віднесено завдання з розроблення та реалізації стратегії забезпечення ЕБП, а також

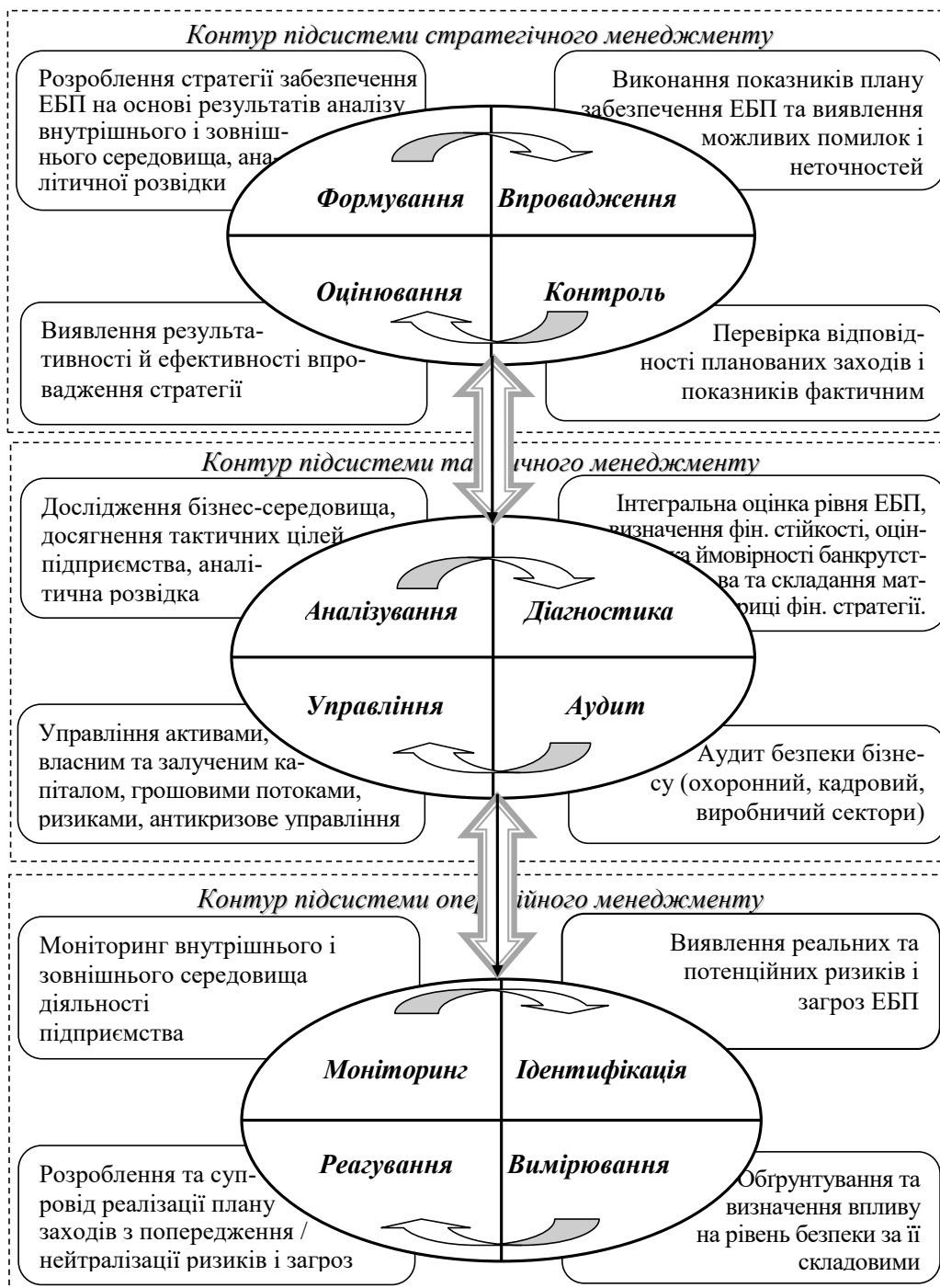


Рис. 2. Матриця завдань аналітиків із питань ЕБП за рівнями менеджменту

Джерело: розроблено автором

виконання контрольних повноважень щодо ефективності її впровадження.

Імплементация стратегії економічної безпеки тісно пов'язана із систематичним виконанням тактичних заходів, що відповідають підсистемі тактичного менеджменту, а саме аналізування, діагностика, аудит, управління. Так, завдяки аналітичним процесам можливі: вчасне виявлення змін у бізнес-середовищі, у тому числі кон'юнктури ринку; проектування нових векторів розвитку бізнесу; зменшення невизначеності під час прийняття управлінських рішень; ідентифікація потенційних ризиків і загроз стратегічного й оперативного характеру; оцінка рівня досягнення тактичних цілей, узгоджених зі стратегією ЕБП. Регулярна діагностика економічної безпеки дає змогу оцінити ключові параметри безпеки функціонування підприємства (фінансову стійкість, імовірність банкрутства) та побудувати матрицю фінансової стратегії, що дає можливість спрогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни основних показників фінансово-господарської діяльності, а також планувати його майбутнє положення. Завдяки проведенню аудиту безпеки бізнесу можливо забезпечити:

- перевірку ділової репутації контрагентів, потенційних партнерів, інвесторів, тор-менеджерів, а також виконання співробітниками корпоративної політики та дотримання режиму комерційної таємниці;
- проведення службових розслідувань та перевірок;
- оцінку ризиків під час укладання договорів;
- аналіз кризових ситуацій та надання рекомендації щодо виходу з них;
- оцінку та запобігання корпоративним ризикам;
- виявлення проблем забезпечення фізичного захисту матеріальних і нематеріальних активів підприємства, його працівників;
- проведення пошукової діяльності (у разі потреби);
- фінансового (у тому числі податкового), кадрового, виробничого, екологічного, інформаційного, інвестиційного, маркетингового та інноваційного консалтингу.

З огляду на певну специфіку окремих процедур аудиту безпеки бізнесу, зокрема проведення службових розслідувань та перевірок, у ході яких часто застосовується спеціальне обладнання (поліграф), вони можуть здійснюватися сторонніми фахівцями на основі аутсорсингу. Також окремі види консалтингу потребують наявності вузькоспеціалізованих знань, а саме екологічного, податкового консалтингу тощо, тому раціональним видається залучення на договірній основі професіоналів саме з даних сфер.

У блоці завдань аналітиків із питань ЕБП на рівні тактичного менеджменту дуже велике

значення має вироблення обґрунтованих пропозицій щодо раціонального управління активами, власним і залученим капіталом, грошовими потоками, ризиками, а у кризовому стані – заходів антикризового управління. Хоча щодо останнього варто відзначити, що ключова місія служби аналітичного забезпечення економічної безпеки – якраз недопущення різного роду криз на підприємстві, однак у разі дії екзогенних чинників вони все ж можливі, навіть незважаючи на високоефективність досліджуваного аналітичного підрозділу.

На рівні операційного менеджменту важливими процесами у роботі аналітиків із питань ЕБП є постійний моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства з метою оперативного виявлення реальних і потенційних ризиків та загроз економічній безпеці підприємства, обґрунтування та визначення впливу на рівень безпеки за її складниками та розроблення плану заходів із попередження/нейтралізації ризиків і загроз із супроводом його реалізації.

Вертикальний зв'язок між блоками завдань у розробленій матриці забезпечує процес реалізації стратегії ЕБП, тоді як горизонтальні зв'язки формують підґрунтя для її успішної імплементації. Водночас варто відзначити, що розподіл завдань за рівнями менеджменту підприємства є певною мірою умовним, оскільки виявлення ризиків і загроз – це процес, який тією чи іншою мірою стосується усіх рівнів управління, хоча і з певними особливостями з огляду на їх множинність та характерні особливості дії.

Щодо малих суб'єктів господарювання, то, звісно, для них питання забезпечення економічної безпеки знаходяться на тому ж рівні актуальності, що й для середніх та великих, однак, урахувавши специфіку їхньої організаційної структури й обсягів діяльності, економічно не обґрунтованим є виокремлення структурного підрозділу аналітичного забезпечення безпеки. У такому разі за доцільне вбачається звернення до фахівців із питань економічної безпеки консалтингових компаній, які спеціалізуються на наданні таких послуг на договірній основі.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, по-перше, умовою успішного та сталого розвитку підприємства є досягнення безпечних параметрів його функціонування, адже перебування у зоні безпеки дає змогу впевнено досягати нових бізнес-цілей. У цьому процесі ключову роль відіграють аналітики з питань економічної безпеки підприємства, які, застосовуючи відповідну технологію, здатні заплановані індикатори безпеки перетворити на звітні. По-друге, у структурі досліджуваної технології виокремлено організаційно-психологічну, інформаційну, технічну, аналітичну, оціночно-прогностичну, рекомендаційну, звітно-результатну компоненти, які у сукупності

та взаємозв'язку забезпечують її ефективну реалізацію. Окремо виділено елементи технології, які одночасно є якісними характеристиками професійності аналітиків, а саме *soft skills* (знання і вміння, які безпосередньо не задіяні у професійній діяльності, але необхідні для успішної роботи в команді та виконання поставлених цілей) та *hard skills* (знання економічного аналізу, моделювання, діагностики, прогнозування, вміння використовувати відповідне програмно-аналітичне забезпечення). На рівень ефективності технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства здійснює вплив сукупність чинників, тому для отримання бажаного результату слід урахувати специфіку їхньої дії. По-третє, ефективність технології діяльності аналітиків із питань економічної безпеки підприємства залежить від цілої низки чинників, а саме психофізіологічних, технічних, економічних, організаційних, тому з метою отримання бажаного результату необхідно враховувати особливості їхньої дії. По-четверте, структуризація завдань аналітиків із питань забезпечення економічної безпеки підприємства у певні блоки за рівнями менеджменту підприємства (стратегічним, тактичним, операційним) дала змогу побудувати матрицю та виділити взаємопов'язані вертикальні та горизонтальні зв'язки. Вертикальний зв'язок між блоками завдань у розробленій матриці забезпечує процес реалізації стратегії економічної безпеки підприємства, тоді як горизонтальні зв'язки формують базис для її успішної реалізації. По-п'яте, для суб'єктів малого бізнесу питання забезпечення безпеки є надзвичайно актуальним, однак економічно невигідно виокремлювати структурний підрозділ аналітичного забезпечення безпеки, а тому доцільніше звертатися до фахівців із питань економічної безпеки, до спеціалізованих консалтингових компаній.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с.
2. Ляшенко О.М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2011. 400 с.
3. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємства України: стратегія та механізми зміцнення : монографія. Львів : Арал, 2008. 384 с.
4. Турило А.М., Новак С.Б., Капітула С.В. Економічна безпека підприємства : монографія. Кривий Ріг : Видавничий дім, 2009. 140 с.
5. Мандзіновська Х.О. Аналітик з питань фінансово-економічної безпеки підприємства. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2017. № 1. С. 179–186.

REFERENCES:

1. Kozachenko H. V., Ponomarov V. P., Liashenko O. M. (2003) *Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: sutnist ta mekhanizm zabezpechennia* [Economic security of the enterprise: essence and mechanism of providing]. Kyiv: Libra, 2003. 280 p. (in Ukrainian).
2. Liashenko O. M. (2011) *Kontseptualizatsiia upravlinnia ekonomichnoi bezpekoii pidpriemstva* [Conceptualization of enterprise economic security management]. Luhansk: V. Dalia SNU, 400 p. (in Ukrainian).
3. Vasyltsiv T. H. (2008) *Ekonomichna bezpeka pidpriemnytstva Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zmitsnennia* [Economic security of entrepreneurship in Ukraine: strategy and mechanisms for strengthening]. Lviv: Aral, 384 p. (in Ukrainian).
4. Turylo A. M., Novak S. B., Kapitula S. V. (2009) *Ekonomichna bezpeka pidpriemstva* [Economic security of the enterprise]. Kryvyi Rih: Vydavnychiy dim, 140 p. (in Ukrainian).
5. Mandzinovska Kh. O. (2017) *Analitik z pytan finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva* [Analyst on financial and economic security of enterprise]. *Naukovi zapysky* [Ukrainian Academy of Printing]. № 1. pp. 179–186. (in Ukrainian).

DEVELOPMENT OF FINANCIAL MONITORING PRINCIPLES FOR INVESTMENT PROJECTS IN THE SYSTEM OF TRANSFORMATIVE CHANGES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

РОЗВИТОК ПРИНЦИПІВ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В СИСТЕМІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

As a part of the internal management tools improvement for transformative changes of industrial enterprises, the principles of financial monitoring of investment projects have been developed. In the system of financial monitoring of investment projects, the need to comply the basic principles of rational financing of industrial enterprises activity has been substantiated. The approach to the organization of the budgeting system as a tool for the investment and innovation activity management of industrial enterprise with consideration of its transformative changes has been proposed. The formalization of management processes of innovative projects funding, which is a system of financial flows in the complex management of innovation activity of industrial enterprises, was further developed. The scheme of the mechanism for financial monitoring of cash flows related to the implementation of investment projects of the enterprise has been improved, which involves an analysis of the structure of financial flows when managing investment projects, their assessment at various stages of project implementation and determining the effectiveness of achieving the goals.

Key words: financial monitoring, investment project, budget planning, financial resources, market value, cash flows, equity, return on investment.

В рамках совершенствования внутренних инструментов управления трансформационными преобразованиями промышленных

предприятий, получили развитие принципы финансового мониторинга инвестиционных проектов. В системе финансового мониторинга инвестиционных проектов, обоснована необходимость соблюдения базовых принципов рационального финансирования деятельности промышленных предприятий. Предложен подход к организации системы бюджетирования как инструмента управления инвестиционно-инновационной деятельностью промышленного предприятия с учетом его трансформационных преобразований. Получила дальнейшее развитие формализация процессов управления финансированием инновационных проектов, представляющих собой систему финансовых потоков при комплексном управлении инновационно-инновационной деятельностью промышленного предприятия. Усовершенствована схема механизма финансового мониторинга денежных потоков, связанных с реализацией инвестиционных проектов предприятия, предполагающая анализ структуры финансовых потоков при управлении инвестиционными проектами, их оценку на различных этапах реализации проекта и определение эффективности достижения поставленных целей.

Ключевые слова: финансовый мониторинг, инвестиционный проект, бюджетное планирование, финансовые ресурсы, рыночная стоимость, денежные потоки, собственный капитал, окупаемость инвестиций.

UDC 338.45:33.06

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-34>

Plakhotnik Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head at Department of Economics
and Production Organization
Dnipro State Technical University

Активний розвиток фінансових інновацій та інформаційних технологій привів до перетворення світового фінансового простору на глобальну систему, що вимагає постійного регулювання й контролю. Регулювання у фінансовій сфері, спрямоване на лібералізацію руху капіталу, дозволяє підвищити інвестиційну привабливість економіки країни. Ці факти зумовили необхідність застосування заходів фінансового моніторингу, спрямованого на виявлення, попередження та припинення ризиків і загроз з боку неефективного використання капіталу в реальному секторі економіки України. У рамках вдосконалення внутрішніх інструментів управління трансформаційними перетвореннями підприємств, отримали розвиток принципи фінансового моніторингу інвестиційних проєктів. Обґрунтовано необхідність дотримання базових принципів раціонального фінансування діяльності підприємств у системі фінансового моніторингу інвестиційних проєктів. Доведено, що ефективне функціонування підприємств пов'язане з реалізацією інвестиційних проєктів, що передбачає проведення у рамках фінансового моніторингу поглибленого аналізу елементів консолідованого грошового потоку. Фінансовий моніторинг має бути спрямований на дослідження маркетингової, операційної, логістичної, інвестиційної та інших видів діяльності, що забезпечують зростання ринкової вартості підприємства. Запропоновано підхід до організації системи бюджетування як інструменту управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємства з урахуванням його трансформаційних перетворень. Отримало подальший розвиток формалізація процесів управління фінансуванням інноваційних проєктів, що представляє собою систему фінансових потоків при комплексному управлінні інноваційною діяльністю підприємств. Вдосконалена схема механізму фінансового моніторингу грошових потоків, пов'язаних із реалізацією інвестиційних проєктів підприємства, що передбачає аналіз структури фінансових потоків при управлінні інвестиційними проєктами, їх оцінку на різних етапах реалізації проєкту та визначення ефективності досягнення поставлених цілей.

Ключові слова: фінансовий моніторинг, інвестиційний проєкт, бюджетне планування, фінансові ресурси, ринкова вартість, грошові потоки, власний капітал, окупність інвестицій.

Formulation of the problem. The active development of financial innovations and information technologies has led to the transformation of the global financial area into a global system that requires constant regulation and control. Regulation in the financial sector, aimed at liberalizing the movement of capital, can increase the investment attractiveness of the country's economy. The solution to this problem

is directly related to the increasing of capital outflows from national financial systems.

In Ukraine, due to a deficit in the aggregate balance of payments and repayment of IMF loans, international reserves decreased to 19.4 billion USD at the end of the second quarter of 2019 or to 3.2 months of future import. The stagnation of the Ukrainian economy is recognized to back to the condition of 2012,

when it grew by only 0.2%. In 2013, zero growth was recorded. During the acute crisis, GDP reduced by 6.6% in 2014 and by 9.8% in 2015. The recovery growth of the national economy began in 2016 when GDP grew by 2.4%. In 2017, this indicator was 2.5%, in 2018 it was 3.3%.

These facts predetermined the need for financial monitoring measures aimed at identifying, preventing and putting an end to the risks and threats from the inefficient use of capital in the real sector of the Ukrainian economy. That is, the economic system of Ukraine has moved to the stage associated with the need for effective financial management of transformative changes in various sectors of the economy.

Analysis of recent research and publications.

The transition of the economy to an innovative path of development is ensured by the restructuring of investment mechanisms for the functioning of enterprises, increasing the importance of the processes of mastering the manufacture of new products, using new technologies and modern technology, and improving arrangement of production and management. The task of growth of innovative activity in the process of transformative changes of the Ukrainian economy requires industrial enterprises to design investment development programs [1; 3].

This necessitates changing in approaches to market-based instruments for internal management of transformative changes, the main element of which is financial monitoring of investment projects. Financial monitoring of investment projects as an instrument of internal enterprise management is at the stage of formation, search for new solutions, theoretical generalization and development of financial science in this direction, especially when solving issues of effective functioning of an enterprise in the context of economic and political transformations.

In this context, a significant contribution to the study of financial monitoring of investment projects was made by such scientists as: I. Blank, K. Borodkin, V. Bocharov, O. Vasilik, L. Drobozina, A. Podderegin, V. Kovalev, G. Savitskaya, J. C. Van Horne, J. Brighamy et al.

However, a single scientific and methodological approach that aims at building the system of effective financial monitoring of investment projects in the system of transformative changes of enterprises has not been formed yet. In this regard, the development of integrated approach to the development of the principles of financial monitoring of investment processes of an enterprise is an urgent and timely task.

The statement of the article objectives. The purpose of this article is, on the basis of systematic approach, to methodically develop the principles of financial monitoring of investment projects in the system of transformative changes of industrial enterprises aimed at increasing the financial result and efficient use of its resources, which, unlike studies in this area,

allows monitoring the sources of financing of innovations and assessment of the investment attractiveness of the project, carry out the selection of possible and assess the applicable forms of financing, based on the system of standard and specific restrictions.

Outline of the basic research material. Modern management of enterprise development is based on a systematic approach, according to which the enterprise is considered as a "feedback system", that is, information on the results of the functioning of the system should be taken into account in the process of further development. Constantly functioning feedback in the enterprise management system should be considered as the process monitoring of the system functioning. During the operation of the enterprise, monitoring provides active observation of the investment development process in order to identify its compliance with target indicators based on the assessment, analysis and interpretation of a set of indicators of investment activity.

Investment project management, as a rule, refers to the management and coordination of resources, both material and labor, throughout the project life cycle by using modern management methods to achieve certain results regarding the cost, quality, volume, composition of work, their compliance with interests of project participants.

The effective functioning of the enterprise is associated with the implementation of investment projects, which provides for an in-depth analysis of the elements of the consolidated cash flow of the enterprise as part of financial monitoring [6]. In order to manage the investment cash flows of the enterprise, financial monitoring should be aimed at the study of marketing, operating, logistics, investment and other types of activities that increase the market value.

When choosing sources of funds, in the financial monitoring system of investment projects, it is necessary to observe the basic principles of rational financing [2; 5]:

- the necessary financial resources should be at the disposal of the enterprise as long as they remain bound as a result of the implementation of the relevant investments;

- when using a commercial lending instrument (growth in accounts payable), it is necessary to ensure the possibility of extending its repayment period without prejudice to existing business relations and financial sanctions.

An important stage of financial monitoring of an enterprise in innovation and investment management is the organization of a budgeting system. The company should use a single methodology of financial planning, which includes [6]:

- justification of the structure of operational, financial and investment budgets;

- determination of the final forms of the aggregate budget of the enterprise;

– selection of the basic method of financial planning.

In recent years, the three methods of financial planning have become most widespread in the practice of financial management: the percentage of sales method, the budget planning method, and the calculation and analytical method [7].

The essence of the percentage of sales method is to solve a dual challenge:

1. Based on the planned percentage growth in sales for the coming period, it is necessary to determine the assets, liabilities and future expenses as a percentage of sales. Often the forecast of sales is estimated as the probability distribution of possible levels of sales.

2. Balanced forecast information formats are compiled on the basis of obtained financial parameters.

The main advantage of the percentage of sales method is simplicity and clarity. The main restrictions of the method are the following: the assumptions that the company is constantly working at full capacity and that only capital investments are needed to increase sales are not sufficiently substantiated; all related resources are balanced; if the company has undercharged assets, the use of this method causes an increase in the degree of undercharging, which can lead to serious distortions in the final parameters of the entire financial plan.

The method of budget planning consists in the fact that the construction of forecast forms of financial reporting is carried out on the basis of the calculation of each element of assets, liabilities, income and expenses with the help of auxiliary budgets, combined into a group of operating budgets.

The budget planning process is carried out in two stages: preparation of the operating budget and preparation of the financial budget.

The operating budget consists of the following budgets: sales budget; production budget; inventory budget; direct costs budget for materials; production overhead cost budget; budget of direct costs for labor; business expenses budget; management budget; profit and loss statement.

The financial budget consists of the following financial documents: cash flow budget and balance sheet.

Despite the deep study of the budget planning method and widespread in Western practice, its application in modern domestic practice present challenges, which is caused by a number of reasons:

1. In practice, domestic enterprises often fail to comply with the “golden rule” of financing, considered above as the basic condition for building the financial planning system as a whole.

2. The method is based on the assumption that there is an equilibrium state in the market economy, which can significantly reduce the significance of the fundamental financial contradiction.

Calculation and analytical method of financial planning based on the matrix balance involves:

- conversion of the standard balance to the matrix balance;

- selection of financing sources according to the “golden rule” of financing in the forecast matrix balance sheet with their simultaneous reflection in the cash flow forecast. During this operation, the necessary structure and amount of funding sources are identified, which are further subject to optimization;

- selection of the missing sources of financing and substantiation of their content during the formation of the third section of the cash flow forecast, intended to complete the final balancing of all parameters of the financial plan. Therefore, the forecast balance is performed until the cash flow forecast is completed;

- transformation of the constructed forecast matrix balance back into the balance of the standard format.

A forecast report on cash flows of the enterprise is drawn up on the basis of the standard forecast balance sheet and the forecast profit and loss statement;

- assessment of the effectiveness of the planned scenario using financial ratios and the preparation of an aggregate analytical paper.

For the specific conditions of each enterprise on the basis of the matrix balance model, the best option for current assets and the optimal scheme for their financing can be chosen. For these purposes, the optimal parameters of the matrix balance can be calculated using the algorithm of the “transportation problem”. Advantages of this method:

1. The matrix balance allows you to take into account or exclude most of the uncertainties (risks) that are characteristic of emerging markets.

2. This method is based on the planning methodology from what has been achieved, but this is done on the basis of the results of the cash flow restructuring, which significantly increases the reliability of the planning results.

3. The formation of asset items of the forecast balance using this method simultaneously solves the problem of optimizing the structure of working capital.

4. The practical implementation of the “golden” rule of financing in this method leads to strict requirements to ensure a number of financial proportions in the balance sheet, strict correspondence of certain assets and liabilities.

5. The application of the concept of matrix modeling greatly facilitates the task of building a forecast balance. Matrix forecasting models make it possible to widely use a large number of restrictions on financial proportions and a developed economic and mathematical apparatus.

The main sources of financing the investment development of an enterprise include:

- own funds of the enterprise (reinvested part of profit, depreciation charges, insurance amounts for damages, funds from the sale of non-material assets);

- attracted funds (issue of shares and other valuable papers, contributions, donations, funds provided on a non-refundable basis);

- borrowed funds (budget, commercial, bank loans).

Financial resources obtained from various sources must be optimized as part of the company's total liabilities quantitatively and structurally. To do this, the method of assessing the market capital value is used.

Financing of investment activities may take various forms (state financing, equity financing, bank loans, venture financing, leasing, forfeiting, mixed financing), therefore, it is necessary to formalize management function of investment resources for providing their effective use and reflexivity of loan capital which ensure the optimal solution for each specific investment project regarding one form of its financing or another, their combinations, coordination of their joint use.

Based on the presented scheme of organizing the financing of investment projects, it is necessary to formalize the relevant processes, which are a system of financial flows in the integrated management of innovative projects.

Let us summarize all the above-considered components of the management mechanism for the implementation of investment projects in Fig. 1, on which a formalized scheme of the mechanism for financial monitoring of cash flows related to the implementation of investment projects of the enterprise is presented.

This scheme assumes the analysis both of the structure of financial flows directly when managing the investment projects, and also includes the assessment of different stages of project implementation. The initial stage of the mechanism is monitoring the sources of financing of innovations and evaluation of the project investment attractiveness, which are based on such basic components as:

- adjusted to the specifics of a particular industry, market segment, on which an innovative project is implemented (promoted), a system for the comprehensive assessment of this project;

- risk analysis, examination of a separate innovation project according to the risk criterion;

- examination of a separate innovation project according to the criterion of efficiency (profitability);

- examination of a separate innovation project according to the criterion of liquidity (profitability);

- a preliminary study of the viability of an innovative project (determining the project feasibility based on cost and planned profit (economic, social, etc.));

- analysis of the dynamics of the investment project (for already implemented programs). It must ensure the implementation of the project with regard to temporary and financial restrictions.

The matrix of the decision-making process when choosing the final set of funding sources and its chosen form completes this part of the process of

modeling the object of study. The matrix methodizes and specifies the totality of possible sources of financial resources in relation to the previously selected form of investment of an innovative project.

The process of attracting financing for the implementation of an investment project must take into account the specifics of the enterprise. These specific features include: the long term for the implementation of investment projects by high-tech manufacturing enterprises, the large share of the research and development cost in the cost of the entire project, the distorted balance sheet of the enterprise (at the initial stage of the project, it seems possible to take such a balance structure acceptable for enterprises implementing long-term investment projects).

The basis of this approach is the provisions on the financial project feasibility, together with the need to prevent the risk of financial stability of the enterprise.

That is why it is rational to optimize the capital structure of the enterprise, based on the timing, cost and impact on the balance sheet structure of the enterprise with the necessary condition for maintaining the effectiveness of the investment project. These provisions substantiate the need to develop and implement methods for attracting financing for investment project.

The method of attracting financing includes the following steps:

1. Determining the need for additional financing: the required amount and directions of use.

2. Determination of financing methods acceptable for use at this stage of the project, taking into account the expanded classification of financial flows and the impact of financing methods on the performance of the enterprise.

3. Analysis of possible methods of financing through cash flows.

4. Analysis through the calculation of financial ratios.

5. Analysis through a change in financial condition.

6. The choice of the recommended method of financing. The criteria for the acceptability of the method at this stage of the investment project are the sufficiency of the inflow by this method to cover the need for additional financing.

The next stage in financial monitoring of financial flows management when investing in innovations is the formation of organizational elements, such as the establishment of a focal point. Then, a system of contractual obligations is emerging, conditions and restrictions are defining between all entities participating in the management system for the implementation of the innovation project.

A number of principles should be highlighted, with which compliance is fundamental for financial flows management in the enterprises implementing long-term investment projects:

- inward and outward financial flows must correspond to the declared (in size, sources, directions of

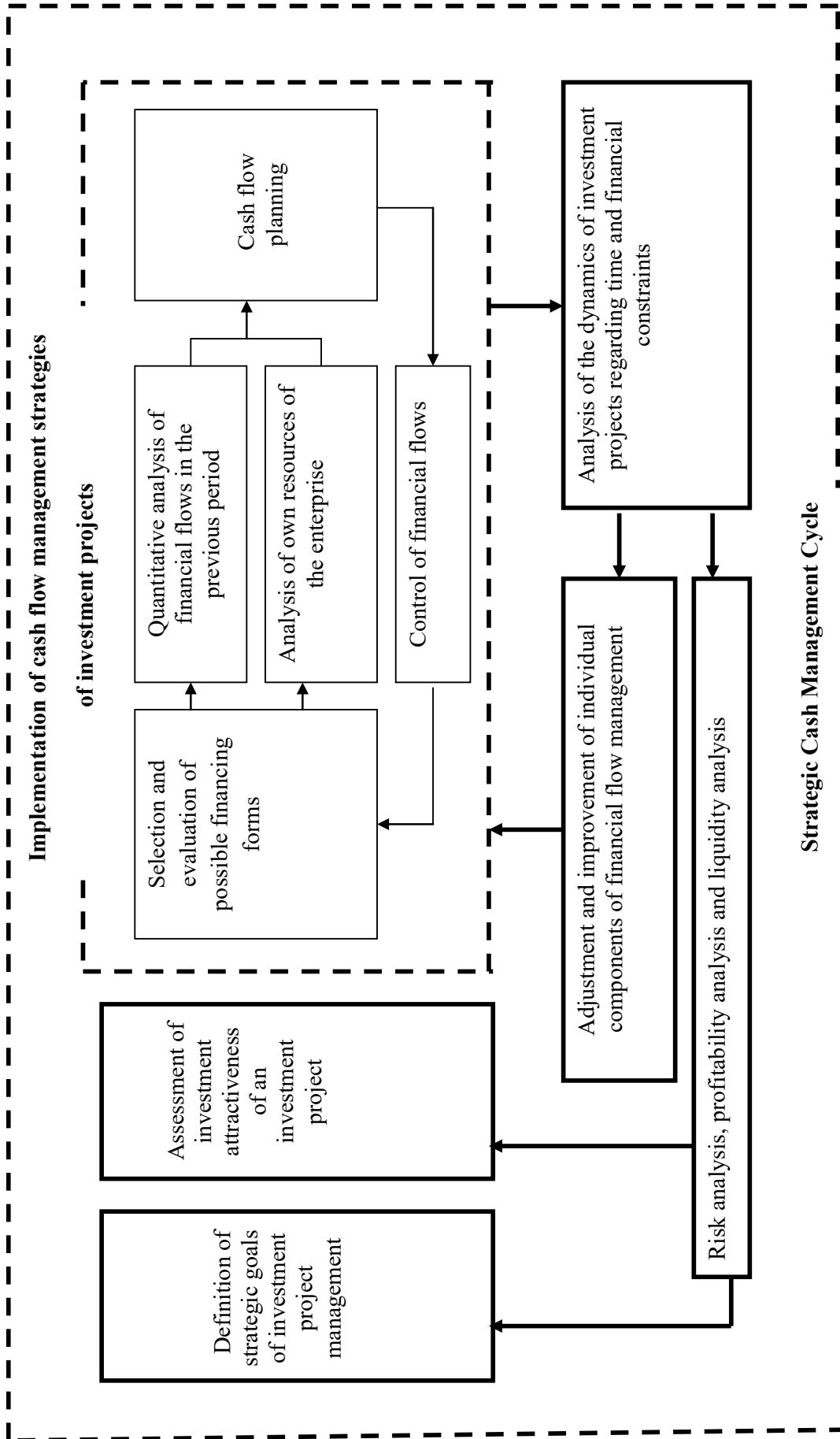


Fig. 1. Diagram of the mechanism for managing financial flows in the implementation of investment projects of the enterprise

use and cost) in the business plan for the implementation of the investment project;

– retrospective analysis of the data is not informative, since at each stage of the investment project new tasks are solved and the company's turnover is growing rapidly;

– management of financial flows should be based on the principle of financial feasibility of the project;

– when managing financial flows, it is necessary to take into account their influence on the capital structure of the company, its financial independence and credit attractiveness. Compliance with this principle is especially important for enterprises at the initial stage of implementation of investment projects, when there is no revenue for the products sold, and its activity is highly dependent on borrowed funds.

Constant monitoring of the process of implementing the innovation with the possibility to adjust individual management parameters and the ability to change individual elements of its system, which is indicated in the scheme under consideration, is indispensable.

Conclusions. Thus, the study at the methodological level allowed us to prove that:

– the effective functioning of the enterprise is associated with the implementation of investment projects, which provides for an in-depth analysis of the elements of the consolidated cash flow of the enterprise during financial monitoring. In order to manage the investment cash flows of an enterprise, financial monitoring should be aimed at studying marketing, operating, logistics, investment and other types of activities that increase the market value of the enterprise;

– an important stage of financial monitoring of an enterprise in the investment management is the organization of a budgeting system. In this regard, the use of a unified methodology of financial planning is proposed;

– based on the synthesis of the elements of the management process for the implementation of investment projects, the formalized scheme of the mechanism for financial monitoring of cash flows related to the implementation of investment projects of the enterprise has been improved, which involves an analysis of the structure of financial flows during the management of investment projects, their assessment at the different stages of implementation and the determination of the effectiveness of the implementation and achievement of the goals;

– in the system of transformative changes of industrial enterprises, a promising direction in the further study of the financial monitoring issue as a part of innovative projects is the development of a financial

resources management mechanism that provides a comprehensive analysis of the potential and real attractiveness of the innovative projects according to the system of absolute and relative terms, expert evaluation.

REFERENCES:

1. Belousov V. I., Belousov A. V., Ivanov S. V. (2017) Innovatsionnoe predprinimatel'stvo (biznes): teoriya i praktika : monografiya. Voronezh: Istoki. (in Russian)
2. Egorov P. V., Serdyuk-Kopchekchi Yu. V. (2014) Mekhanizm upravleniya finansovym potentsialom promyshlennykh predpriyatiy. Donetsk : OOO «Yugo-Vostok», Ltd. (in Ukrainian)
3. Illiashenko S. M., Bilovodska O. A. (2010) Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom: monohrafiia. Sumy: Universytetska Knyha. (in Ukrainian)
4. Liakhovych L. A. (2012) Monitorynh Investytsiinyykh Proektiv Pidpriemstv. Innovatsiina Ekonomika. Ternopil, 5' [31] pp. 249 – 251.
5. Kodatskiy V.P. (2015) Finansovyy menedzhment. Kharkov.: Khar'kovskoe otd-nie izdatel'stva «Ehkonomika» pri Khar'kovskom ehkonomicheskom institute. (in Ukrainian)
6. Joseph M. Juran Made in U. S. A.: A Renaissance in Quality. Harvard Business Review. July – August, 2008. P. 45.
7. Schwager Jack D., Turner Steven C. A study Guide for Fundamental Analysis. 1st ed. John Wiley&Sons, 2004. 186 p.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белоусов В. И., Белоусов А. В., Иванов С. В. Инновационное предпринимательство (бизнес): теория и практика : монография. Воронеж: Истоки, 2017. 319 с.
2. Егоров П. В., Сердюк – Копчекчи Ю. В. Механизм управления финансовым потенциалом промышленных предприятий: монография. Донецк : ООО «Юго-Восток», Лтд, 2014. 152 с.
3. Ілляшенко С. М., Біловодська О. М. Управління інноваційним розвитком : монографія. Суми : Університетська книга, 2010. 281 с.
4. Ляхович Л. А. Моніторинг інвестиційних проєктів підприємств. Інноваційна економіка. Тернопіль., 5'2012 [31] С. 249 – 251.
5. Кодацкий В. П. Финансовый менеджмент. Харьков : Харьковское отд-ние издательства «Экономика» при Харьковском экономическом институте, 2015. 212 с.
6. Joseph M. Juran Made in U. S. A.: A Renaissance in Quality. Harvard Business Review. July – August, 2008. P. 45.
7. Schwager Jack D., Turner Steven C. A study Guide for Fundamental Analysis. 1st ed. John Wiley&Sons, 2004. 186 p.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ СПОРТУ FEATURES OF IMPLEMENTATION OF THE MARKETING COMPLEX IN SPORTS

УДК 339.138: 338.467.6:79

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-35>

Полковниченко С.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
PR-технологій та логістики
Чернігівський національний
технологічний університет

Гурський В.А.

студент
Чернігівський національний
технологічний університет

Хомєнок М.В.

студент
Чернігівський національний
технологічний університет

Polkovnychenko Svitlana

Chernihiv National Technological
University

Hurskyi Volodymyr

Chernihiv National Technological
University

Khomyenok Mykhaylo

Chernihiv National Technological
University

У статті розглянуто наукові підходи до визначення спортивного маркетингу. Проаналізовано комплекс маркетингу для футбольного клубу. На прикладі ФК «Десна» (Чернігів) досліджено основний продукт (футбольний матч) і додаткові продукти з клубною символікою. Виявлено, що цінова політика футбольного клубу орієнтується на можливості і попит споживача. Щодо клубної атрибутики, ціни тримаються на рівні аналогічних товарів без клубної символіки. У контексті дослідження розподільної політики футбольного клубу виявлено місця його контактів зі своїми споживачами. Проаналізовано роль комунікаційної політики клубу та його онлайн-діяльність. Досліджено комунікацію представників клубу з уболівальниками під час проведення футбольних матчів. Проаналізовано участь клубу в громадському житті міста. Запропоновано напрями маркетингової діяльності, а також конкретні заходи, пов'язані із запровадженням найсучасніших інноваційних технологій і залученням відомих осіб до виступів або спілкування з уболівальниками між таймами футбольного матчу.

Ключові слова: спорт, спортивний маркетинг, комплекс маркетингу, спортивні товари, спортивна послуга, футбольний клуб.

В статье рассмотрены научные подходы к определению спортивного маркетинга.

Проанализирован комплекс маркетинга для футбольного клуба. На примере ФК «Десна» (Чернигов) исследованы основной продукт (футбольный матч) и дополнительные продукты с клубной символикой. Выявлено, что ценовая политика футбольного клуба ориентируется на возможности и спрос потребителя. По клубной атрибутике цены держатся на уровне аналогичных товаров без клубной символики. В контексте исследования распределительной политики футбольного клуба выявлены места его контактов со своими потребителями. Проанализированы роль коммуникационной политики клуба и его онлайн-деятельность. Исследована коммуникация представителей клуба с болельщиками во время проведения футбольных матчей. Проанализированы участие клуба в общественной жизни города. Предложены направления маркетинговой деятельности, а также конкретные мероприятия, связанные с введением современных инновационных технологий и привлечением известных людей к выступлениям или общению с болельщиками между таймами футбольного матча.

Ключевые слова: спорт, спортивный маркетинг, комплекс маркетинга, спортивные товары, спортивная услуга, футбольный клуб.

The article deals with scientific approaches to the definition of sports marketing (universal interpretation of sports marketing, narrow interpretation of sports marketing, extended concept of sports marketing). Based on the extended concept, it is determined that sports marketing refers to the development, promotion and sale of any sports goods and services, as well as the use of sport as a means of promoting non-sports goods and services. Sports marketing objects are highlighted: sports products, fans, athletes, sponsors and more. The features of sports products, which include sports goods, sports events, sports information, training, are considered. The marketing complex for a football club, which is defined as a combination of marketing elements or tools – 4P (product, price, place, promotion), aimed at meeting the needs of potential clients within the target markets and maximizing the effectiveness of the sports organization, is considered. By the example of FC Desna (Chernihiv) the main product (football match) and additional products with club symbols are studied. It has been revealed that the pricing policy of the football club is oriented towards the possibilities and demand of the consumer. Concerning the club merchandise, prices are kept at the level of similar products without club symbols. In the context of the football club's distribution policy research, the places of its contact with its customers are identified. The role of the club's communication policy and its online activity is analyzed, since the club has pages in social networks such as Facebook, Instagram and the official website. The communication of the club representatives with the fans during the football matches is studied. The participation of the club in the public life of the city is analyzed. The goal of marketing for any football club is to create the conditions and climate for investing, attracting more spectators, sponsors and working with the media. In order to achieve the aforementioned goals, marketing activities, as well as specific measures related to the introduction of the latest innovative technologies and attracting well-known people to speeches or communication with fans during the halftime of the football match are suggested.

Key words: sports, sports marketing, marketing complex, sports goods, sports service, football club.

Постановка проблеми. Одним із важливих видів людської діяльності сучасності є спорт. Як складова частина соціально-культурної сфери спорт відіграє значну роль у забезпеченні здорового способу життя, відтворенні національного людського потенціалу та створенні неповторної емоційної атмосфери. На його місце в житті суспільства значною мірою вплинуло посилення тенденцій комерціалізації та професіоналізації, що спостерігається в останні десятиліття. Сьогодні спорт став вигідною сферою вкладання капіталу та отримання високих прибутків. До нього залучено значні фінансові кошти, велику кількість людських, інформаційних та матеріальних ресурсів. Проте успішний розвиток спортивних організацій можливий лише за чіткої орієнтації на запити

потенційних споживачів, тому маркетингова діяльність стає невід'ємною частиною функціонування кожної з них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем спортивного маркетингу присвячено праці багатьох зарубіжних учених, зокрема, англійських науковців Гарі Бернштейна [11], Джона Біча і Саймона Чедвіка [3], Бернара Мулліна, Стівена Харді і Уільяма Саттона [14]; американських – Брендта Піттса і Девіда Стотлара [10], Філа Шаафа [7], Метью Д. Шенка і Марка Р. Лібергера [12]; австралійських – Девіда Шілбері, Ганса Вестербіка, Шейна Квіка, Данієля Функа і Адама Карга [13]. Ці фундаментальні праці розкривають принципи та стратегії спортивного маркетингу, охоплюють поглиблений аналіз компонентів

маркетингу, обґрунтовують зростаючий вплив ЗМІ та соціальних медіа на спортивний маркетинг тощо.

Серед російських науковців варто звернути увагу на дослідження А. Малигіна [2], у якому запропоновано моделі створення успішних спортивних продуктів, здатних задовольнити потреби клієнтів в емоціях і самовдосконаленні, спілкуванні та соціальному позиціонуванні. М. Шереметьєв [8] розглядає різноманітні моделі маркетингу, наголошуючи, що найбільш прийнятною (оптимальною й ефективною) для спортивного маркетингу є модель 6Р (продукт, ціна, розміщення, просування, персонал і процес), яка забезпечує конкурентоспроможні переваги спортивних організацій та спортивних товарів на ринку спортивної індустрії.

Останнім часом активізувалися маркетингові дослідження у сфері спорту й серед українських учених. Зокрема, у статті Л.В. Козин [1] розроблено модель формування лояльної поведінки споживача спортивного продукту та запропоновано напрями реалізації маркетингових заходів, спрямованих на реалізацію даної моделі. М. Маслюківський у своїх статтях [4; 5] висвітлює сутність та роль маркетингової діяльності у функціонуванні футбольного клубу, аналізує її складники та функції, методи й інструменти, розкриває шляхи просування футбольного бренду.

Разом із тим залишається багато питань, які потребують подальших досліджень. Серед них – проблеми реалізації та шляхи вдосконалення комплексу маркетингу у сфері спорту.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів спортивного маркетингу та особливостей реалізації комплексу маркетингу в діяльності футбольного клубу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спортивний маркетинг як професійний термін був уперше використаний у 1978 р. у виданні Advertising Age. Спочатку під ним розуміли «зусилля споживчого та промислового маркетингу товарів і послуг, який використовує спорт як засіб просування для своїх продуктів через спонсорство спортивних заходів» [9]. Із часом трактування поняття розширилося. Проте й дотепер у науковій літературі зустрічаються різні підходи до розуміння сутності спортивного маркетингу (табл. 1), які доповнюють поняття класичного маркетингу, враховуючи специфіку спортивної індустрії.

Спираючись на розширену концепцію, можна констатувати, що спортивний маркетинг стосується розроблення, просування і продажу будь-яких спортивних товарів і послуг, а також використання спорту як засобу просування неспортивних товарів і послуг. Як зазначає М.К. Шереметьєв, спортивний маркетинг – це безперервний процес комплексного вирішення завдань споживачів спорту, компаній і організацій, що працюють у

спортивному середовищі, а також фізичних осіб, пов'язаних зі спортом, в умовах конкурентного середовища [8, с. 26].

Будучи складовою частиною загального маркетингу, спортивний маркетинг має свої специфічні риси, до яких передусім відносяться об'єкти маркетингу, а також характеристики чинників ринкового середовища. Зокрема, у поле зору спортивного маркетингу потрапляють спортивні продукти, уболівальники, спортсмени, спонсори тощо. Спортивним продуктом виступають спортивні товари, спортивні події (гра, змагання, турнір), спортивна інформація, тренування.

Спортивні товари, своєю чергою, поділяються на декілька груп, а саме: спортивне обладнання, спортивне харчування, спортивне взуття, спортивний транспорт, спортивний інвентар, спортивний одяг, спортивні сувеніри. Залежно від групи визначаються мета і призначення товару, термін зберігання, експлуатаційний період та функціональність. На рішення про покупку впливають ціна, імідж бренду, престижність товару, думка знайомих, рекомендації знаменитостей і функціональне призначення товару.

Споживання спортивних послуг починається з моменту придбання квитка на спортивний захід або абонементу для відвідування спортивного закладу. Також спортивні послуги можуть продаватися безпосередньо на базах відпочинку та оздоровлення або під час занять у спортивному закладі. На якість спортивних послуг впливають різноманітні чинники, зокрема час і місце надання, наявність сучасного обладнання, кваліфікація організаторів заходу, досвід роботи, настроїв, поведінка конкретного споживача.

Спортивним заходам притаманні такі характеристики: масштабність, емоційність, патріотичність, цілеспрямованість, тематичність. Їхньою особливістю є соціальна орієнтація, оскільки вони спрямовані на зміцнення здоров'я нації. Очікуваний результат може бути повним, як, наприклад, під час відвідування футбольного матчу ФК «Десна» проти ФК «Шахтар», так і неповним, наприклад тренування в спортивній залі з персональним тренером.

Існує ціла низка чинників, які впливають на відвідуваність тієї чи іншої спортивної події. Серед них можна виділити статус турніру, рівень суперника, спортивний результат місцевої команди, ціни на квитки, погодні умови в день проведення заходу та багато іншого. При цьому частина чинників знаходиться поза межами впливу людини.

Спортивний маркетинг, як і маркетинг у цілому, не може обійтися без маркетинг-міксу, який визначається як комбінація елементів або інструментів маркетингу 4Р (product, price, place, promotion), спрямованих на задоволення потреб потенційних клієнтів у рамках цільових ринків і на

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення спортивного маркетингу

Підхід	Визначення спортивного маркетингу	Автори
Універсальне трактування спортивного маркетингу	Спортивний маркетинг – це процес розроблення й впровадження рішень під час виробництва, формування ціни, просування та поширення спортивного продукту, спрямованих, насамперед, на задоволення потреб і бажань споживачів в інтересах компанії.	Б. Піттс, Д. Стотлар [10]
	Спортивний маркетинг – це безперервний пошук можливостей комплексного вирішення як безпосередніх, так і непрямих завдань споживачів спорту, компаній, що працюють у спортивній сфері, та інших фізичних осіб і організацій, пов'язаних зі спортом, в умовах мінливого і непередбачуваного середовища, характерного для самого поняття «спорт».	Дж. Біч, С. Чедвік [3, с. 37]
	Спортивний маркетинг – соціальний і управлінський процес, за допомогою якого спортивний менеджер прагне отримати те, чого потребують і чого хочуть спортивні організації, за рахунок створення й обміну продуктами і цінностями з іншими.	Д. Шілбері, Г. Вестербік, Ш. Квік, Д. Функ, А. Карг [13, с. 17]
Вузьке трактування спортивного маркетингу	Спортивний маркетинг – це будь-які продажі або суспільно значима діяльність, пов'язані з організацією спортивної події або подій, його учасниками або яскравими проявами спортивного або навколоспортивного життя найбільш відомих атлетів.	Ф. Шааф [7, с. 15]
Розширена концепція спортивного маркетингу	Спортивний маркетинг складається з усіх видів діяльності для задоволення потреб і бажань споживачів спорту в процесі обміну. Спортивний маркетинг розвивається в двох основних напрямках: маркетингу спортивних товарів і послуг, призначених безпосередньо споживачам спорту, і маркетингу інших споживчих і промислових товарів і послуг із використанням спорту.	Б. Муллін, С. Харді, У. Саттон [14, с. 13]
	Спортивний маркетинг включає маркетинг спорту як маркетинг спортивних продуктів (товарів і послуг) безпосередньо для їх споживачів та маркетинг через спорт як маркетинг інших споживчих і промислових товарів/послуг за рахунок використання спортивних заходів.	Г. Бернштейн [11, с. 9]
	Спортивний маркетинг – специфічне застосування принципів і процесів маркетингу щодо спортивних продуктів і маркетинг неспортивних продуктів через асоціації зі спортом.	М. Шенк, М. Лібергер [12, с. 3]
	У поняття «спортивний маркетинг» включається маркетинг спорту як комплексна діяльність із розроблення, оцінки, просування і продажу будь-яких спортивних продуктів; маркетинг через спорт – діяльність із просування будь-яких, у тому числі неспортивних (b2c і b2b) брендів; масовий спортивний маркетинг, який являє собою специфічну діяльність у некомерційному спорті.	А. Малигін [2]

Джерело: складено авторами

максимізацію ефективності діяльності спортивної організації. Кожен із цих елементів відповідає за певний напрям маркетингової політики спортивної організації.

Ураховуючи деякі недоліки й обмеження, науковці розширили класичну модель маркетингу. Варто погодитися з М.К. Шереметьєвим, що для спортивного маркетингу найбільш оптимальною є модель 6Р, яка, крім зазначених елементів, включає reople (люди) і process (процес).

Оскільки наймасштабнішим та найпопулярнішим видом спорту в усьому світі є футбол, розглянемо комплекс маркетингу для футбольного клубу.

Product (товар) – товарна політика клубу. Вона пов'язана з плануванням і здійсненням заходів із формування конкурентних переваг та створення таких характеристик для свого продукту, які забезпечують постійний попит на нього та дають змогу задовольняти потреби споживачів й отримувати прибуток. Головним продуктом, який виробляє

футбольний клуб, є спортивна подія. Оскільки спортивна подія не є матеріальною, її реалізацію клуб здійснює через квитки, абонементи, клубні картки, права на трансляції та спонсорські пакети. Додатковими продуктами є футбольна атрибутика клубу, сувенірна продукція, друковані видання.

Зокрема, ФК «Десна» (Чернігів) пропонує споживачам футбольний матч як основний продукт. Футбольний матч – це передусім емоція. Люди ходять на футбол із різних причин: підтримати улюблену команду, подивитися на іменитого суперника, відпочити після напруженого робочого тижня, провести час із друзями. Проте незалежно від мети, з якою вболівальник прийшов на стадіон, кожен із них отримує емоції, на які впливають гра команди, результат матчу, комфорт та атмосфера на стадіоні тощо.

Чим краща команда, тим більше людей стежать за нею та відвідують її матчі. Після проведення 18 матчів ФК «Десна» займає четверте

місце у чемпіонаті України і показує достойну гру. Проте у середньому на матч «Десни» у сезоні 2019–2020 рр. приходило 3 875 осіб. Дещо більшою є середня відвідуваність домашніх матчів – 3 904 особи, що дає змогу заповнити стадіон, який вміщує 12 060 глядачів, лише на 32%. За відвідуваністю всіх матчів «Десна» займає четверте місце серед команд Прем'єр-ліги, а домашніх матчів – шосте [6].

Окрім емоцій, ФК «Десна», як і будь-який клуб, продає товари з клубною символікою: футболки, магніти, брелоки, чашки, кепки, футбольні рози (шарфи) тощо. Придбати дану атрибутику можна як на сайті клубу, так і безпосередньо на стадіоні у дні матчів у спеціальних палатках.

Price (ціна) – цінова політика клубу, яка являє собою сукупність заходів щодо встановлення цін та повинна відповідати таким принципам, як: стабільність; відповідність цільовій аудиторії; корегування перед новим сезоном з урахуванням результатів минулого.

Середня вартість квитків на домашні матчі ФК «Десна» становить 60 грн. Проте вона може змінюватися залежно від суперників. Наприклад, коли до Чернігова приїжджають імениті команди «Динамо» (Київ), «Шахтар» (Донецьк) чи «Зоря», середня ціна на квитки може досягати 100 грн. Це пояснюється тим, що на таких матчах завжди аншлаги, уболівальники йдуть подивитися на гру суперника, а отже, готові платити більше.

Цінова політика клубної атрибутики досить приємна для споживачів. Ціни тримаються на рівні аналогічних товарів без клубної символіки, що стає значною конкурентною перевагою, адже частіше за все за бренд чи певне лого споживачам доводиться переплачувати. Наведемо приклади цін з офіційного магазину клубу: футболка поло – 300 грн; футболка – 200 грн; кепка – 180–260 грн; роза (шарф) – 150 грн; годинник настінний – 420 грн; чашка – 60–100 грн. Уся продукція є брендованою і містить логотип клубу.

Place (місце) – розподільча політика клубу. Сюди відноситься розроблення систем та каналів продажу для реалізації квитків (каси стадіону, Інтернет-сайт клубу, електронна система продажу), клубної атрибутики та сувенірів (система клубних палаток перед грою, фірмові секції торгових центрів, клубні магазини, Інтернет-сайт клубу, спортивні бари).

Основним місцем контакту футбольного клубу «Десна» зі своїми споживачами є стадіон імені Юрія Гагаріна, який розташований біля Міського парку культури та відпочинку, де завжди досить людно, особливо в теплу пору року. Присутня і зручна транспортна розв'язка, адже до стадіону можна дістатися практично з будь-якого куточка міста. Клуб попіклувався про своїх уболівальників, домовившись із Чернігівським тролейбусним

управлінням про додаткові рейси тролейбусів у дні матчів після гри.

Проте стадіон – не єдина точка контакту з уболівальниками. Клуб бере участь у різних івентах. Наприклад, футбольну форму на сезон 2019–2020 рр. було презентовано у найбільшому торговому центрі міста – ТЦ HOLLYWOOD, де всі бажаючі мали змогу вперше наживо побачити нову форму та поспілкуватися з гравцями.

Promotion (просування) – комунікаційна політика клубу. Вона забезпечує передачу інформації існуючим та потенційним фанатам, спонсорам, ЗМІ для просування спортивної події та створення позитивного іміджу клубу. Комплекс маркетингових комунікацій включає: рекламу (ЗМІ, телебачення, радіо, зовнішня, друкована, Інтернет-реклама); прямий маркетинг (телемаркетинг, e-mail, sms-розсилка); PR (прес-конференції, брифінги, громадська діяльність); стимулювання збуту (знижки, бонуси, промоакції, конкурси, розіграші) [4; 5].

ФК «Десна» веде активну онлайн-діяльність. Клуб має сторінки у таких соціальних мережах, як Facebook, Instagram, та офіційний вебсайт. На кожному з вищезазначених ресурсів оперативно викладається інформація про команду, гравців, персонал, спортивні та інші новини життя клубу. Сумарна кількість фоловерів становить близько 20 тис. Окрім того, існує Telegram-чат фанатів клубу, куди можуть долучитися всі бажаючі. Особливості додає той факт, що у чаті присутні представники керівництва клубу, а отже, уболівальники мають можливість дізнатися важливу інформацію з перших вуст.

Окрім онлайн-просування, клуб веде активну діяльність з уболівальниками й у реальному часі. Перед кожним домашнім матчем клубу на стадіоні глядачів чекає розважальна програма із цікавими конкурсами, призами та живою музикою, а в перервах матчів часто проводяться розіграші різних корисних та цікавих призів серед уболівальників, що однозначно дає більше запалу та азарту глядачам та спонукає відвідувати матчі.

Активну участь клуб бере й у громадському житті міста. Так, футболісти ФК «Десна» є частими гостями на різних заходах. Наприклад, у лютому 2019 р. гравці відвідали дітей у центрі соціально-психологічної реабілітації, а вже через місяць захисник Андрій Гітченко нагородив переможців дитячого футбольного турніру, що проводився між командами чотирьох районів Чернігівської області.

Також клуб напряму взаємодіє з уболівальниками та журналістами. 15 січня 2020 р. відбувся зимовий турнір із волейболу Ultras NorthBlock, в якому взяли участь три команди: ФК «Десна», фанати клубу та збірна журналістів.

Щорічно у Чернігові проводиться турнір імені Андрія Ярмоленка, ім'я якого неодмінно асоціюється з ФК «Десна», адже Андрій є вихідцем із

Чернігова та колишнім гравцем клубу.

People (люди) – елемент маркетингу, який має особливе значення у сфері послуг, де виробництво невіддільне від споживання. Люди – це співробітники футбольного клубу, що безпосередньо надають послугу; персонал, який допомагає їм; клієнти, які споживають продукт; інші клієнти, що впливають на умови споживання.

Головними дійовими особами у футболі є гравці, футболісти. Саме вони створюють шоу, магію, на яку ходять глядачі. Відповідно, чим кращі гравці у клубі, тим кращі результати команди і тим більше уваги до неї прикуто. Після виходу «Десни» в українську Прем'єр-лігу команду поповнила низка відомих в українському просторі гравців, які значно підвищили інтерес до клубу серед громадськості.

Process (процес) – це шлях, який проходить послуга, що надається споживачеві.

Метою маркетингу для будь-якого футбольного клубу є створення умов та сприятливого клімату для інвестування, залучення більшої кількості глядачів, спонсорів та співпраці зі ЗМІ. Для досягнення вищезазначених цілей клуб повинен визначитися з основним напрямом маркетингової діяльності (маркетингової стратегії). Серед них можуть бути:

- створення впізнаваного бренду шляхом внесення змін до назви клубу, яка буде базуватися на цінностях, історії та асоціаціях із великими гравцями, тренерами, стилем гри команди;

- перетворення гравців на важливий елемент іміджу клубу, адже чим відоміший гравець, чим більша армія його персональних фанатів, тим більший інтерес прикований до клубу з боку вболівальників та преси, що неодмінно несе за собою поліпшення спонсорських контрактів;

- проведення роботи з вболівальниками, спрямованої на формування у них відчуття безпосередньої причетності до клубу, перетворення комерційно пасивних вболівальників на активних споживачів своїх основних (футбол) та супутніх (сувеніри, клубна атрибутика) продуктів;

- залучення спонсорів, завоювання їхньої довіри та створення асоціативних зв'язків між брендом спонсора та брендом клубу;

- всебічне залучення ЗМІ до висвітлення життя клубу.

Для підвищення інтересу вболівальників до гравців, а відповідно, і до самих футбольних матчів «Десни» керівництву клубу необхідно розглянути пропозицію щодо впровадження високошвидкісного Wi-Fi на стадіоні, що дасть змогу вболівальникам користуватися Інтернетом прямо під час змагання і може позитивно позначитися на їхньому сприйнятті спортивного продукту. Крім того, для розширення бази споживачів доцільно вивчити та запозичити досвід із запровадження найсучасніших інноваційних технологій

на стадіонах європейських країн, за допомогою яких вболівальники могли б поспілкуватися з гравцями та персоналом клубу, заглянути в роздягальні перед грою, задати питання футболістам після матчу тощо. Забезпечити більшу явку глядачів і стимулювати їхню споживчу активність може допомогти також залучення відомих осіб до виступів або спілкування з вболівальниками між таймами футбольного матчу.

Висновки з проведеного дослідження. Серед наукових підходів до визначення спортивного маркетингу найбільш удаюю і повною є розширена концепція, відповідно до якої спортивний маркетинг – це діяльність із розроблення, просування і продажу спортивних товарів і послуг, а також просування неспортивних товарів та послуг із використанням спорту.

Футбольний клуб «Десна» (Чернігів) активно використовує у своїй діяльності та просуванні комплекс маркетингового міксу, маючи певні успіхи за кожним з елементів. Аналіз комплексу маркетингу футбольного клубу свідчить, що ФК «Десна» (Чернігів) виробляє як основний продукт (футбольний матч), так і додаткові продукти з клубною символікою. Цінова політика футбольного клубу орієнтується на можливості і попит споживача. Ціни на товари клубу є помірними і можуть підвищуватися тільки під час важливих, зіркових матчів проти інших популярних клубів. Місцями контакту футбольного клубу зі споживачами є стадіон, торговий центр міста тощо. Комунікаційна політика клубу спрямована на використання офіційного вебсайту; ведення сторінок у таких соціальних мережах, як Facebook, Instagram; взаємодію представників клубу з вболівальниками під час проведення футбольних матчів. ФК «Десна» у своїй діяльності створює імідж потужного футбольного клубу, який не втрачає зв'язки з громадськістю та своїми фанатами.

Основним завданням комплексу маркетингу є забезпечення стійких конкурентних переваг футбольного клубу, його спортивних товарів на ринку спортивної індустрії. Для цього важливо запроваджувати найсучасніші інноваційні технології у різні напрями його маркетингової діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Козин Л.В. Використання інструментів спортивного маркетингу в контексті формування лояльності спортивних вболівальників. *Молодий вчений*. 2017. № 6(46). С. 442–448.
2. Малыгин А. Маркетинг в спортивной индустрии. Для тех, кто в игре. URL : <https://mybook.ru/author/andrey-malygin/marketing-vsportivnoj-industrii-dlya-teh-cto-vigre/read/?page=5> (дата звернення: 28.01.2020).
3. Маркетинг спорта / под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика ; пер. с англ. Москва : Альпина Паблишерз, 2010. 706 с.

4. Маслюківський М. Маркетинг футбольних клубів: основні методи просування бренду футбольних клубів. URL : <https://naub.oa.edu.ua/2015/маркетинг-футбольних-клубів-основні/> (дата звернення: 28.01.2020).

5. Маслюківський М. Маркетингова діяльність футбольного клубу та її складові. URL : <https://naub.oa.edu.ua/2014/marketynhova-diyalnist-futbolnoho-klubu-ta-jiji-skladovi/> (дата звернення: 28.01.2020).

6. Офіційний сайт ФК «Десна». URL : <http://desna.football/> (дата звернення: 28.01.2020).

7. Шаф Ф. *Спортивный маркетинг / пер. с англ.* Москва : Филинь, 1998. 457 с.

8. Шереметьев Н.К. Комплексный подход к спортивному маркетингу. *Экономика, предпринимательство и право*. 2013. № 4. С. 26–35. URL : <http://www.creativeconomy.ru/articles/31335> (дата звернення: 28.01.2020).

9. Gray D., McEvoy C. Sport marketing strategies and tactics. In B. Parkhouse: *The management of sport: Its foundation and application*. NY : McGraw-Hill Jnc., 2005. P. 228–255.

10. Pitts B.G., Stotlar D.K. *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown, WV : Fitness Information Tech, 2013. 470 p.

11. *Principles of Sport Marketing / Gary Bernstein (ed.)*. UK : Sagamore Publishing, 2015. 249 p.

12. Shank M., Lyberger M. *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Routledge, 2014. 704 p.

13. Shilbury D., Westerbeek H., Quick Sh., Funk D., Karg A. *Strategic Sport Marketing*. Allen & Unwin, 2014. 404 p.

14. *Sport Marketing*. Edition by Mullin B.J., Hardy S. and Sutton W.A., Champaign, IL: Human Kinetics, 2014. 482 p.

REFERENCES:

1. Kozyn L.V. (2017) Vykorystannia instrumentiv sportyvnoho marketynhu v konteksti formuvannia loialnosti sportyvnykh vbolivalnykiv [Use of sports marketing instruments in the context of sports supporters loyalty formation]. *Molodyi vchenyi – Young Scientist*. no. 6 (46), pp. 442-448 (in Ukrainian)

2. Malygin A. Marketing v sportivnoy industrii. Dlya tekhn, kto v igre [Marketing in the sports industry. For those in the game]. Available at: <https://mybook.ru/author/andrej-malygin/marketing-vsportivnoj-industrii-dlya-teh-kto-vigre/read/?page=5> (accessed 28 January 2020).

3. Beech J., Chadwick S. (ed.) (2010) *Marketing sporta [The marketing of sport]*. Per. s angl. Moscow: «Alpina Pablisherz». (in Russian)

4. Masliukivskiy M. Marketynh futbolnykh klubiv: osnovni metody prosuvannia brendu futbolnykh klubiv [Marketing of football clubs: basic methods for promoting the brand of football clubs]. Available at: <https://naub.oa.edu.ua/2015/маркетинг-футбольних-клубів-основні/> (accessed 29 January 2020).

5. Masliukivskiy M. Marketynhova diialnist futbolnoho klubu ta yii skladovi. [Marketing activity of football club and its components]. Available at: <https://naub.oa.edu.ua/2014/marketynhova-diyalnist-futbolnoho-klubu-ta-jiji-skladovi/> (accessed 29 January 2020).

6. The official site of FC Desna. Available at: <http://desna.football/> (accessed 28 January 2020).

7. Shaaf F. (1998) *Sportivnyiy marketing [Sports Marketing]*. Per. s angl. Moscow: Filin. (in Russian)

8. Sheremet'ev N.K. (2013) Kompleksnyy podhod k sportivnomu marketingu [Complex approach to sports marketing]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo – Economics, Entrepreneurship and Law*, no.4, pp. 26-35. Available at: <http://www.creativeconomy.ru/articles/31335> (accessed 29 January 2020).

9. Gray D., McEvoy C. (2005) Sport marketing strategies and tactics. In B. Parkhouse: *The management of sport: Its foundation and application*. NY: McGraw-Hill Jnc., pp.228-255.

10. Pitts B.G., Stotlar D.K. (2013) *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown, WV: Fitness Information Tech.

11. Bernstein G. (ed.) (2015) *Principles of Sport Marketing*. UK: Sagamore Publishing.

12. Shank M., Lyberger M. (2014) *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Routledge.

13. Shilbury D., Westerbeek H., Quick Sh., Funk D., Karg A. (2014) *Strategic Sport Marketing*. Allen & Unwin.

14. Mullin B.J., Hardy S. and Sutton W.A. (ed.) (2014) *Sport Marketing*. Edition by Champaign, IL: Human Kinetics.

РОЗВИТОК РИНКУ ОВОЧІВ ТА ФРУКТІВ НА ЗАСАДАХ СИМБІОЗУ КОНФРОНТАЦІЇ ТА КООПЕРАЦІЇ

DEVELOPMENT OF THE VEGETABLES AND FRUITS MARKET ON THE BASIS OF SYMBIOSIS OF CONFRONTATION AND COOPERATION

Ринок овочів та фруктів займає вагомe місце в економіці України, забезпечуючи населення необхідними для них продуктами харчування та вітамінами. Він має значні перспективи для подальшого розвитку, оскільки проведені дослідження свідчать, що споживання основних овочів та фруктів у 2018 р. порівняно з 2010 р. суттєво зросло. Встановлено, що на ринку овочів та фруктів України конкуренція відбувається переважно між невеликими фермерськими господарствами та господарствами населення, які забезпечують понад 90% виробництва плодоовочевої продукції. Конкурентами вітчизняних виробників на ринку сільськогосподарської продукції є гуртові та дрібногуртові іноземні постачальники плодоовочевої продукції. Визначено, що з метою підвищення своєї конкурентоспроможності вітчизняним виробникам овочів та фруктів України сьогодні доцільно використовувати стратегію кооперації, яка дасть змогу підняти на якісно новий рівень технологію вирощування та складування цих товарів, спростити вирішення питання міжнародної сертифікації, доробки та пакування товарів, адміністрування, просування продукції та інших аспектів функціонування на тих чи інших ринках.

Ключові слова: ринок овочів та фруктів, конкурентне середовище, п'ять сил конкуренції М. Портера, стратегія конфронтації, стратегія кооперації.

Рынок овощей и фруктов играет существенную роль в экономике Украины, обе-

спечивая население необходимыми для них продуктами питания и витаминами. Он имеет значительные перспективы для дальнейшего развития, поскольку исследование показывают, что потребление основных овощей и фруктов в 2018 г. по сравнению с 2010 г. существенно возросло. Установлено, что на рынке овощей и фруктов Украины конкуренция происходит в основном между небольшими фермерскими хозяйствами и хозяйствами населения, которые обеспечивают более 90% производства плодоовощной продукции. Конкурентами отечественных производителей на рынке сельскохозяйственной продукции являются оптовые и мелкооптовые иностранные поставщики плодоовощной продукции. Определено, что с целью повышения своей конкурентоспособности отечественным производителям овощей и фруктов Украины сегодня целесообразно использовать стратегию кооперации, которая позволит поднять на качественно новый уровень технологию выращивания и складирования этих товаров, упростит решение вопроса международной сертификации, доработки и упаковки товаров, администрирование, продвижение продукции и других аспектов функционирования на тех или иных рынках.

Ключевые слова: рынок овощей и фруктов, конкурентная среда, пять сил конкуренции М. Портера, стратегия конфронтации, стратегия кооперации.

УДК 339.137:338.433

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-36>

Рожко Н.Я.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Rozhko Nataliya

Ternopil Ivan Puluj National Technical
University

The vegetable and fruit market takes a significant role in the Ukrainian economy, providing the population with the necessary food and vitamins. However, the attractiveness of the industry to the enterprise, the possibility of receiving a certain profit, in addition to the expected amount of demand for goods or services, depends on the competitive structure of the industry and the relative competitive position of the enterprise in it. Therefore, an important task for strategic management is to analyze the industry's potential profitability by analyzing five factors of competition, including suppliers, customers, current competitors, alternative products and potential participants. The vegetable and fruit market is the largest segment of Ukraine's fresh produce market, generating approximately 60% of its total revenue. It has significant prospects for further development, as studies show that the consumption of basic fruits and vegetables in 2018 has increased significantly compared to 2010. Analysis of secondary marketing information shows that competition in the vegetable and fruit market in Ukraine is mainly exist between small-scale farms and households that provide over 90% of fruit and vegetable production. Competitors of domestic producers in the agricultural market are wholesale and small suppliers of fruit and vegetable products from Turkey, Spain, Poland, Portugal, Italy and others. Suppliers of vegetables and fruits from other countries have the following advantages in the market: clear delivery schedules, constant availability of products, high quality. The intensification of competition between producers of vegetables and fruits will be influenced by the fact that in the near future there will be a significant increase in purchases by consumers of vegetables and fruits using the Internet. After researching Porter's five forces of competition and discovering its market position, vegetable and fruit companies can offer two development scenarios: confrontation or cooperation. The strategy of cooperation of vegetables and fruits producers is more appropriate to the current market conditions, which will allow to raise to a new level of technology of cultivation and storage of these goods, to simplify solution of the international certification issue, refining and packaging of goods, administration, promotion of products and other aspects of functioning in these or other markets.

Key words: vegetable and fruit market, competitive environment, Porter five forces, confrontation strategy, cooperative strategy.

Постановка проблеми. Вирощування овочів та фруктів займає вагомe місце у виробничому сільськогосподарському секторі України. Воно спрямоване на забезпечення такими товарами людей, які відіграють важливу роль у їх харчуванні, забезпечують необхідними вітамінами та корисними мікроелементами, енергією. Проте привабливість галузі для виробників визначається величиною попиту на ринку, його особливостями та конкурентною структурою галузі. Саме на підставі вивчення цих характеристик сільськогосподарські

виробники можуть вибирати моделі конкурентної поведінки на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом ринку овочів і фруктів приділяється багато уваги через якість цих продуктів, умови переробки системи виробництва тощо. Зокрема, до проблем функціонування ринку прикута увага вітчизняних та зарубіжних учених.

У [1] проаналізовано динаміку споживання овочів та фруктів в Україні, попит та пропозицію на ньому, експорт та імпорт, динаміку цін на них.

Особливості попиту у продовольчому маркетингу визначено у [2]. Проблеми та перспективи функціонування ринку овочів та фруктів в Україні з урахуванням впливу світових тенденцій, можливостей збільшення експортних поставок висвітлено у [3], а малих підприємств, які займаються вирощуванням плодоовочевої продукції на Півдні України, – у [4]. Сукупність основних проблем аграрних товаровиробників, напрями їх подальшого розвитку знаходилися й у центрі уваги досліджень авторів у [5] та [6]. Проведений аналіз літературних джерел показує, що у них недостатньо уваги приділяється питанням дослідження конкурентного середовища на ринку овочів та фруктів України, обґрунтуванню можливих стратегій конкурентної поведінки його виробників. Такі дослідження стосовно хлібопекарської галузі проведено у [7].

Постановка завдання. Мета статті – дослідити конкурентне середовище на ринку овочів та фруктів за моделлю М. Портера, визначити можливі стратегії конкурентної поведінки виробників на ньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок овочів та фруктів – це найбільший сегмент ринку свіжих продуктів України, що генерує приблизно 60% загальної виручки на ньому. Основними драйверами цього ринку є світові тренди здорового харчування та вегетаріанство. При цьому доцільно передусім звернути увагу на обсяги виробництва та споживання. Динаміку споживання основних овочів та фруктів на одну особу в Україні наведено в табл. 1.

Аналіз табл. 1 свідчить, що споживання основних овочів та фруктів у 2018 р. порівняно з 2010 р. зросло: картоплі – на 8,1%, овочів та баштанних – на 14,2%, фруктів та ягід – на 20,6%.

Динаміку внутрішнього виробництва овочів та фруктів в Україні наведено в табл. 2.

Аналіз табл. 2 свідчить, що виробництво основних овочів та фруктів у 2018 р. порівняно з 2010 р. зросло: картоплі – на 30,4%, овочів – на 26%, фруктів та ягід – на 53,2%.

Найбільш гостра конкуренція у галузі розгортається між підприємствами, які пропонують на ринках овочів та фруктів аналогічні товари. Переважно такими підприємствами є малі та середні виробники, що вирощують продукцію низької якості, та невелика кількість сільськогосподарських підприємств, які пропонують продукцію високої якості, але їм необхідні нові технології для збільшення врожайності [10].

На рис. 1 наведено структуру виробників продукції рослинництва в Україні.

За період 2010–2018 рр. спостерігається тенденція збільшення обсягів виробництва продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами, у тому числі фермерськими. Проте понад 90% виробництва плодоовочевої продукції припадає на виробників приватного сектору та дрібні комерційні господарства (табл. 3).

Аналізуючи ринок овочів та фруктів України, слід відзначити, що тут конкуренція відбувається між невеликими фермерськими господарствами та господарствами населення.

Більшість овочів та фруктів, окрім картоплі, вирощується на Півдні України. На частку Миколаївської, Одеської та Херсонської областей припадає приблизно 25% їх загального обсягу виробництва. Цей регіон має також значні потужності з переробки плодоовочевої продукції, що становить понад 30% промислового виробництва [10].

Таблиця 1

Динаміка споживання основних овочів та фруктів на одну особу за рік

Споживання	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 р. у % до 2010 р.
Картопля, кг	128,9	139,3	140,2	135,4	141	137,5	139,8	142,4	139,4	108,1
Овочі та баштанні, кг	143,5	162,8	163,4	163,3	163,2	160,8	163,7	159,7	163,9	114,2
Плоди, ягоди та виноград, кг	48,0	52,6	53,3	56,3	52,3	50,9	49,7	52,8	57,9	120,6

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 2

Динаміка внутрішнього виробництва овочів та фруктів на одну особу

Виробництво	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 р. у % до 2010 р.
Картопля, кг	408	531	510	489	551	486	510	523	532	130,4
Культури овочеві, кг	177	215	220	217	224	215	221	219	223	126,0
Культури плодові та ягідні, виноград, кг	47	52	54	63	56	59	58	58	72	153,2

Джерело: складено на основі [9]

У 2018 р. найбільшу кількість картоплі вирощували у Вінницькій (1 907,6 тис т – 8,6%), Житомирській (1 878,9 тис т – 8,5%), Київській (1 830,7 тис т – 8,3%) та Львівській (1 698,2 тис т – 7,7%) областях. У цей період найбільшу кількість овочевих культур вирощували у Херсонській (1 317 тис т – 16,3%), Дніпропетровській (749 тис т – 9,3%), Харківській (694,4 тис т – 8,6%) та Миколаївській (515,6 тис т – 6,4%) областях. Стосовно вирощування культур плодкових та ягідних в Україні у 2018 р., то ситуація така: найбільшу кількість вирощували у Вінницькій (332,3 тис т – 16,5%), Чернівецькій (245,9 тис т – 12,2%) та Хмельницькій (236,8 тис т – 11,8%) областях [9].

На кон'юнктуру ринку плодоовочевої продукції України значною мірою впливає їх експорт та імпорт, інформацію про які наведено в табл. 4.

За 2010–2018 рр. імпорт картоплі та фруктів значно переважає експорт, проте для овочевих культур експорт у 1,5–2 рази перевищує імпорт

й очікується подальше зростання попиту на ці товари на світовому ринку.

Конкурентами вітчизняних виробників на ринку сільськогосподарської продукції є гуртові і дрібногуртові постачальники плодоовочевої продукції з Туреччини, Іспанії, Польщі, Португалії, Італії тощо. Постачальники овочів та фруктів з інших країн мають такі переваги на ринку: чітке виконання графіків поставок, постійна наявність продукції, висока якість. Проте здебільшого ця продукція реалізується за вищою ціною.

Задовільна якість продукції, можливість поставляти товари меншими партіями – основні переваги вітчизняних сільськогосподарських підприємств. До недоліків вітчизняних виробників плодоовочевої продукції можна віднести таке [10]:

- більшість продукції виробляється без дотримання фітосанітарних норм і сертифікації якості та безпечності виробництва;

- формування крупних партій є складним через велику кількість дрібних виробників;

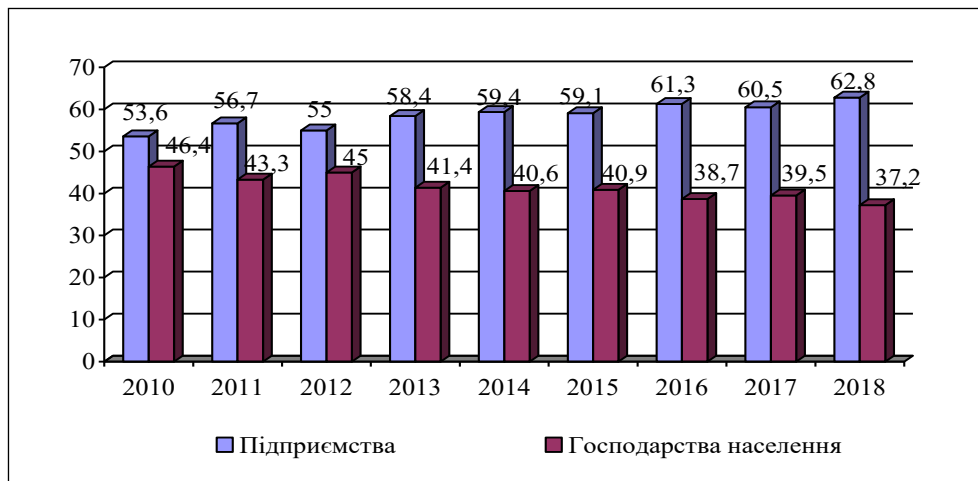


Рис. 1. Структура продукції рослинництва в Україні за видами господарств, %

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 3

Структура виробництва плодоовочевої продукції в Україні за видами господарств, %

Продукція	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 р. у % до 2010 р.
Підприємства										
Картопля	2,6	3,1	3,3	3,0	3,2	2,2	2,2	1,9	1,9	73,1
Культури овочеві	11,9	15,7	14,3	11,7	13,9	13,9	14,1	14,5	14,4	121,0
Культури плодові та ягідні, виноград	16,4	15,8	18,4	19,4	16,6	19,1	18,5	16,3	21,6	131,7
Господарства населення										
Картопля	97,4	96,9	96,7	97,0	96,8	97,8	97,8	98,1	98,1	100,7
Культури овочеві	88,1	84,3	85,7	88,3	86,1	86,1	85,9	85,5	85,6	97,2
Культури плодові та ягідні, виноград	83,6	84,2	81,6	80,6	83,4	80,9	81,5	83,7	78,4	93,8

Джерело: складено на основі [9]

Динаміка експорту та імпорту плодоовочевої продукції України, тис т

Продукція	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 р. у % до 2010 р.
Картопля										
Імпорт	30	41	23	23	40	17	27	24	28	93,3
Експорт	8	13	7	16	17	15	5	18	22	27,5
Культури овочеві										
Імпорт	311	285	213	237	225	95	136	129	188	60,5
Експорт	335	303	346	376	294	212	224	444	434	130,1
Культури плодові та ягідні, виноград										
Імпорт	1130	1163	1171	1172	856	588	732	819	878	77,7
Експорт	353	239	351	392	350	324	283	291	331	93,8

Джерело: складено на основі [9]

- відсутня кооперація між виробниками;
- сховища в Україні не пристосовані для тривалого зберігання продукції без втрати зовнішнього вигляду та якісних показників;
- відсутні зв'язки з роздрібними мережами та привабливе упакування;
- відсутні належні маркетингові комунікації зі споживачами.

Наведені недоліки роблять вітчизняних виробників плодоовочевої продукції досить вразливими у конкурентній боротьбі.

На загострення конкурентної боротьби між виробниками аналогічної продукції впливатиме той факт, що в недалекому майбутньому відбудеться значне зростання закупівель овочів та фруктів із використанням Інтернету. Проте в Україні розвиток онлайн-продажів цих продуктів харчування відбувається незначними темпами [11]. У світі до 2030 р. очікується, що частка онлайн-продажів досягне 7%, проте відмінності між їх розвитком у різних регіонах збережуться. Розвитку онлайн-продажів свіжих овочів та фруктів сприятиме подальший розвиток логістики та використання із цією метою безпілотників.

Загроза з боку товарів-замінників висока, коли конкуренти або компанії, що не входять у галузь, пропонують більш привабливі та/або дешевші товари. Тоді покупці мають можливість отримати компроміс «якість – ціна». Вартість товару також є важливим чинником: якщо вона висока, загроза заміщення низька. Стосовно ринку овочів та фруктів, то слід зазначити, що товарами-замінниками можуть виступати окремі з них. Зокрема, для помідорів – огірки, для полуниці – черешня тощо.

Поява нових конкурентів на ринку може мати значний вплив на місцевий рівень конкуренції, проте не має великого значення для лідерів галузі.

Серйозність загрози залежить від бар'єрів для входу до певної галузі. Чим вище ці бар'єри, тим менша загроза для існуючих гравців. Прикладами перешкод на шляху до входу на ринок певного товару є потреба в економії за рахунок ефекту

масштабу, висока лояльність споживачів до існуючих брендів, наявність фінансового забезпечення (наприклад, великі інвестиції в просування або дослідження та розробки), потреба в накопичувальному досвіді, урядова політика та обмежений доступ до каналів розповсюдження. Аналізуючи ринок овочів та фруктів, слід відзначити, що у ньому вхідні бар'єри є незначними, а загроза з боку потенційних конкурентів – значною. Стримуючим чинником для нових гравців на ринку є відносно невисокі ціни на товари.

У п'яти конкурентних силах М. Портера влада постачальника означає тиск, який постачальники можуть мати на бізнес, підвищуючи ціни, знижуючи якість або зменшуючи доступність своєї продукції. Великі постачальники можуть чинити тиск на покупців шляхом підвищення цін, зниження якості та доступності продукції. Всі ці речі можуть збільшувати витрати покупця. Стосовно ринку овочів та фруктів, то основними постачальниками є постачальники насіння та добрив. Негативним чинником є зростання цін на них протягом останнього часу [12].

Споживачі можуть вимагати від виробника значного зниження цін на товари, особливо коли їх небагато. Споживачів плодоовочевої продукції багато, проте сьогодні вони намагаються купувати якісний товар. При цьому споживачі охочіше купують товар, якщо вони купували його раніше і більш впевнені у його якості.

Ураховуючи проведені дослідження, можна зробити висновки, що для ринку овочів та фруктів найбільші конкурентні загрози становлять виробники аналогічних товарів та товарів-замінників.

Провівши дослідження п'яти сил конкуренції М. Портера та виявивши своє становище на ринку, підприємствам – виробникам овочів та фруктів можна запропонувати дві стратегії конкурентної поведінки виробників на ньому: конфронтацію чи кооперацію.

Конфронтація вважається небажаною екстремальною ситуацією, але водночас є природним

станом на ринку. Конфронтація на ринку овочів та фруктів є вигідною передусім для споживачів, оскільки забезпечує:

- більш низькі ціни – за конкуренції і бажання отримати перевагу перед конкурентами підприємці повинні пропонувати привабливі ціни, що призводить до економії коштів для споживачів. З іншого боку, економія для споживачів означає, що вони також можуть купувати товари, які вони раніше не могли б собі дозволити;
- підвищення якості продукції – підприємці пропонують більш якісну продукцію;
- більший вибір – на конкурентних ринках у підприємців є стимул розширювати асортимент своєї продукції, завдяки чому споживачі можуть купувати товари, які найкращим чином відповідають їхнім потребам;
- інновації – конкуренція сприяє розробленню нових рішень і нових продуктів, які можуть зацікавити споживачів;
- економічний розвиток – наявність конкуренції на окремих ринках підвищує конкурентоспроможність усієї економіки, що також означає здатність підприємців конкурувати на зовнішніх ринках.

Для вітчизняних виробників плодоовочевої продукції актуальною сьогодні є кооперація (рис. 2).

Поступальний розвиток ринку овочів та фруктів багато в чому буде ґрунтуватися саме на кооперативних засадах. Об'єднавшись, дрібні виробники сільськогосподарської продукції зможуть досягнути більш ефективного виробництва, ефективної переробки, складування та збуту своєї продукції на внутрішньому ринку та наростити свої експортні

можливості [13]. Особливо це актуально для невеликих виробників, які пропонують на ринку органічну продукцію під єдиним брендом. Йдеться, наприклад, про бренд «Волинський екологічний продукт», який об'єднує 20 фермерів Рівненської області під час реалізації ними екологічно чистих м'ясо-молочних, овочевих продуктів та зернових культур [14].

Основні переваги стратегії кооперації підприємств на ринку овочів та фруктів полягають у вдосконаленні процесу вирощування продукції; досягненні вигідніших умов кредитування; розподілі витрат на закупівлю матеріалів та обладнання для отримання міжнародних сертифікатів якості; розширенні збутової мережі; оптимізації системи складування товарів; оптимізації витрат на просування товарів. Загалом кооперація дасть змогу підняти на якісно новий рівень технологію вирощування овочів та фруктів, спростити вирішення питання сертифікації, зберігання, доробки та упакування товарів, адміністрування, просування продукції й функціонування на тих чи інших ринках.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження ринку овочів та фруктів показує, що сфера їх вирощування є однією з найбільш привабливих та перспективних для сільськогосподарських підприємств, оскільки зростає попит на них як в Україні, так і у світі. Проте привабливість галузі для виробників визначається й її конкурентною структурою. Проведене дослідження п'яти сил конкуренції у галузі відповідно до моделі М. Портера засвідчило, що найбільш гостра конкуренція на ринку овочів та фруктів розгортається

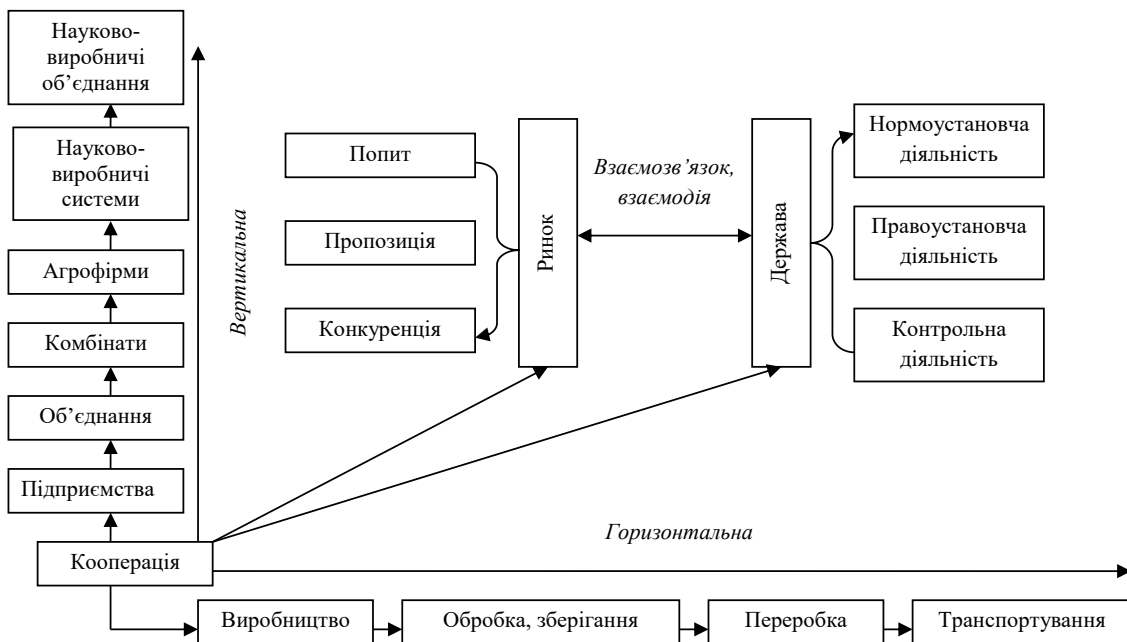


Рис. 2. Схематичне відображення реалізації стратегії кооперації на ринку овочів та фруктів

Джерело: авторська розробка

між виробниками, які вирощують аналогічні товари. Встановлено, що понад 90% виробництва плодоовочевої продукції припадає на виробників приватного сектору та дрібні комерційні господарства, тому для них сьогодні актуальною є стратегія кооперації. Оскільки вітчизняні виробники овочів та фруктів відчувають значну загрозу з боку гуртових і дрібногуртових постачальників плодоовочевої продукції з Туреччини, Іспанії, Польщі, Португалії, Італії, то таке об'єднання суб'єктів господарювання дасть змогу підвищити їхню конкурентоспроможність на ринку. Участь у кооперативі дасть змогу дрібним виробникам стати частиною великого бренду, отримати відповідну сертифікацію, підвищити якість товарів, забезпечуючи їх належне вирощування та зберігання, і постачати продукцію не тільки на національний, а й на світовий ринок. Перспектива подальших досліджень пов'язана з обґрунтуванням стратегій досягнення конкурентних переваг вітчизняних виробників овочів та фруктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Яцишина Л.К. Дослідження ринку овочів і фруктів в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 105–109.
2. Польова О.Л., Ціхановська В.М. Маркетингові дослідження формування конкурентного середовища на продовольчому ринку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/8.pdf (дата звернення: 23.01.2020).
3. Захарчук О.В. Світовий ринок овочів та місце України. *Агросвіт*. 2018. № 3. С. 3–7.
4. Ковтун В.А. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього бізнесу Півдня України під час виробництва плодоовочевої продукції. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 26. С. 178–184. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Kovtun-V.-A.pdf> (дата звернення: 23.01.2020).
5. Лищенко М.О. Основні тенденції збуту та формування цін на овочі в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 207–215. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/37.pdf (дата звернення: 25.01.2020).
6. Шмаглій О.Б. Плодоовочевий сектор України: чинники розвитку та пріоритети зростання. *Економіка України*. 2015. № 5. С. 52–68.
7. Ліщинська В.В. Аналіз конкурентного середовища хлібопекарської промисловості України. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/163.pdf (дата звернення: 25.01.2020).
8. Porter M.E. The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 2008. 86 p.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.01.2020).
10. Фінансування виробників плодоовочевої продукції. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/417-finansuvannya-virobnikiv-plodoovochevoyi-produktsiyi> (дата звернення: 23.01.2020).
11. Тренди, які впливають на світовий ринок свіжих овочів та фруктів. URL: <https://bakertilly.ua/news/id44472> (дата звернення: 25.01.2020).
12. Селітра подорожчала у всіх джерелах. Ціни на карбамід також зросли, на черзі – кас. URL: <https://kme.ua/selitra-podorozhchala-u-vsih-dzherelah-czini-na-karbamid-takozh-zrosli-na-cherzi-kas> (дата звернення: 25.01.2020).
13. Стерні О. Кооперація – очевидна стратегія розвитку плодоовочевого ринку. URL: <http://agro-business.com.ua/2017-09-29-05-56-43/item/13867-kooperatsiia-ocheyvna-stratehiia-rozvytku-plodoovochevoho-rynku.html> (дата звернення: 26.01.2020).
14. Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Дослідження ринку органічних продуктів харчування України та напрями підвищення їх конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4777> (дата звернення: 26.01.2020).

REFERENCES:

1. Yatsyshyna, L.K. (2019). Doslidzhennia rynku ovochiv i fruktiv v Ukraini [Market research on fruits and vegetables in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*. № 2. pp. 105–109. (in Ukrainian).
2. Polova, O.L. & Tsikhanovska, V.M. (2018). Marketingovyi doslidzhennia formuvannia konkurentnoho seredovyschcha na prodovolchomu rynku Ukrainy [Marketing investigations for the competitive environment for the food market of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. № 5. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/8.pdf (accessed 23 January 2020).
3. Zakharchuk, O.V. (2018). Svitovyi rynek ovochiv ta mistse Ukrainy [World vegetable market and Ukraine]. *Ahrosvit*. № 3. pp. 3-7. (in Ukrainian).
4. Kovtun, V.A. (2018). Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho ta serednoho biznesu pivdnia Ukrainy pid chas vyrobnytstva plodoovochevoi produktsii [Problems and prospects for development of small and the middle business of the south of Ukraine at production fruit and vegetable products]. *Infrastruktura rynku*. Issue 26. pp. 178-184. Available at: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Kovtun-V.-A.pdf> (accessed 23 January 2020).
5. Lyshenko, M.O. (2016). Osnovni tendentsii zbutu ta formuvannia tsin na ovochi v Ukraini [Major trends of sales and pricing of vegetables in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*. Issue #5. pp. 207-215. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/37.pdf (accessed 25 January 2020).
6. Shmahlii, O.B. (2015). Plodoovochevyi sektor Ukrainy: chynnyky rozvytku ta priorytety zrostannia [Ukraine's fruit-vegetable sector: factors of development and priorities of growth]. *Ekonomika Ukrainy*. № 5. pp. 52-68. (in Ukrainian).
7. Lishchynska, V.V. (2018). Analiz konkurentnoho seredovyschcha khlibopekarskoi promyslovosti Ukrainy [An analysis of the competitive environment of the baking industry in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. № 4. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/163.pdf (accessed 25 January 2020).
8. Porter, M.E. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86 p.

9. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (accessed 26 January 2020).

10. Finansuvannia vyrobnykiv plodoovochevoi produktsii [Financing of producers of fruit and vegetable products]. Available at: <https://kurkul.com/spetsproekty/417-finansuvannya-virobnikiv-plodoovochevoyi-produktsiyi> (accessed 23 January 2020).

11. Trendy, yaki vplyvaiut na svitovyi rynek svizhykh ovochiv ta fruktiv [Trends affecting the global market for fresh vegetables and fruits]. Available at: <https://bakertilly.ua/news/id44472> (accessed 25 January 2020).

12. Selitra podorozhchala u vsikh dzherelakh. Tsiny na karbamid takozh zrosly, na cherzi – kas [The salt-peter went up in all sources. The prices for urea also increased, and in turn – the box office]. Available at:

<https://kme.ua/selitra-podorozhchala-u-vsikh-dzherelachzini-na-karbamid-takozh-zrosli-na-cherzi-kas> (accessed 25 January 2020).

13. Sternii, O. (2019). Kooperatsiia – ochevydna stratehiia rozvytku plodoovochevoho rynku [Cooperation is an obvious strategy for the development of the fruit and vegetable market]. Available at: <http://agro-business.com.ua/2017-09-29-05-56-43/item/13867-kooperatsiia-ochevydna-stratehiia-rozvytku-plodoovochevoho-ryнку.html> (accessed 26 January 2020).

14. Kosar, N.S. & Kuzo, N.Ye. (2016). Doslidzhennia rynku orhanichnykh produktiv kharchuvannia Ukrainy ta napriamy pidvyshchennia yikh konkurentospromozhnosti [The research of the market of the organic food in Ukraine and means of their competitiveness increase]. *Efektivna ekonomika*. № 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4777> (accessed 26 January 2020).

ГОСПОДАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ ПІДПРИЄМСТВА

ECONOMIC COMMUNICATIONS OF AN ENTERPRISE

Стаючи об'єктом динамічного ринку, володіючи економічною самостійністю і повністю відповідаючи за результати своєї господарської діяльності, підприємство повинне сформулювати ефективне коло ділових комунікацій. Структура господарських зв'язків підприємства як відкритої соціально-економічної системи формується та розвивається на її вході та виході. Результативність ділових комунікацій суб'єкта підприємництва залежить від ефективності організаційно-управлінських процесів усередині системи, тобто між її взаємозалежними підсистемами: економічної, виробничої, соціальної, матеріально-технічної, інформаційної та комерційної. Тісний зв'язок між ними, їх взаємозалежність та злагодженість у роботі на загальний результат підприємства як цілісного організму забезпечують йому ефективну господарську діяльність та ділову репутацію на ринках товарів/послуг. Критеріями формування ділового кола суб'єкта підприємництва є чинники його зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ключові слова: господарські зв'язки, система, підприємство, комунікації, ринок, організаційно-управлінські процеси, чинники середовища, вхід, вихід, підсистеми, внутрішнє середовище.

Становлять об'єктом динамічного ринку, обдавая економічної самосто-

ятельностью и полностью отвечая за результаты своей хозяйственной деятельности, предприятие должно сформулировать эффективный круг деловых коммуникаций. Структура хозяйственных связей предприятия как открытой социально-экономической системы формируется и развивается на ее входе и выходе. Результативность деловых коммуникаций субъекта предпринимательства зависит от эффективности организационно-управленческих процессов внутри системы, то есть между ее взаимозависимыми подсистемами: экономической, производственной, социальной, материально-технической, информационной и коммерческой. Тесная связь между ними, их взаимозависимость и слаженность в работе на общий результат предприятия как целостного организма обеспечивают ему эффективную хозяйственную деятельность и деловую репутацию на рынках товаров/услуг. Критериями формирования делового круга субъекта предпринимательства являются факторы его внешней и внутренней среды.

Ключевые слова: хозяйственные связи, система, предприятие, коммуникации, рынок, организационно-управленческие процессы, факторы среды, вход, выход, подсистемы, внутренняя среда.

УДК 005.336.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-37>

Савченко О.Р.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту Рівненський державний гуманітарний університет

Savchenko Olga

Rivne State Humanities University

Current market conditions shape numerous opportunities as well as threats and demands for domestic business entities. An immediate result of each, first and foremost, is determined by its professional management, adaptive capacity and communicative ability to find itself in definite market field, the structure of business relationships necessary to ensure its economic policy and smooth functioning. General requirements of enterprises' market environment, which determine the need to form an adaptive and complete structure of business communications, capable of ensuring their effective conduct of economic policy are discovered. It is determined that every enterprise as an open system has a corresponding structure of business relations at its entrance, inside and at exit. Thus, inbound communications are communications that take place between an enterprise and state bodies and municipal authorities, the content of which is a matter of forming a business and obtaining a permit package for its business activities; with financial institutions – regarding issues of opening a bank account and, if necessary, lending a business; with suppliers – on issues of logistical support and further deliveries of production resources; with business agents – about an arrangement of providing the workflow of an enterprise in accordance with needs and conditions of its specific life cycle, the benefits of each party. An enterprise's internal relationships are the structure of communications that arise between its subsystems – financial, industrial, logistical, social, commercial, information and within each of them. The main task of a proper internal communication policy of an enterprise is to achieve an integrity of its structure, tight communications between its elements in ensuring a desired result. Outbound communications are, first and foremost, those that include product sales and service delivery. In addition, they also cover communications with relevant entities, bodies or other interested market players regarding results of enterprise's business activities – tax payments, social policy outcomes (such as job creation or PR activities), support for targeted regional programs, investments, joint activities, etc. It is important to note that the number of enterprise's business communications and their types are determined by numerous factors of its external and internal environment.

Key words: economic relations, system, enterprise, communications, market, organizational and management processes, environmental factors, input, output, subsystems, internal environment.

Постановка проблеми. Сучасним умовам ринкового функціонування притаманні швидкі зміни. Вітчизняним підприємствам відшукати своє місце на ньому та пристосуватися до частих і складних перетворень дуже непросто. Основними чинниками, з якими сьогодні зіштовхнулися національні товаровиробники, є: розвиток інфраструктури ринку та зміна його господарського механізму; часті коливання кон'юнктури ринку, його нестабільність; висока та не завжди добросовісна конкуренція; ріст і вибагливість споживацьких вимог, зміна пріоритетів; неефективність нормативно-правових регуляторів ринку; зміна уряду та пов'язані із цим напрями реформ, що відображається на нових

правилах гри та якісних аспектах фінансово-економічних, енергетичних, соціальних, торгових, комунікаційних та інших процесів ринку. Такі умови сучасного функціонування формують для вітчизняних суб'єктів господарювання водночас як численні можливості, так і загрози й вимоги. У такому середовищі ключовим чинником визначення свого ринкового сегменту та закріплення позицій організації на ньому є формування ефективної структури господарських зв'язків. Безпосередній результат кожного, перш за все, визначається його професійним менеджментом, адаптаційною можливістю та комунікативною здатністю віднайти себе у цьому ринковому полі, структурою ділових

зв'язків, необхідних для забезпечення його господарської політики та безперервного функціонування. Саме раціональне формування системи господарських зв'язків є одним із ключових чинників забезпечення успіху суб'єктів ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням теоретичного та прикладного характеру щодо вивчення сутності, видів та принципів формування господарських зв'язків присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Безпосередньо питанням змісту та суті, принципів і форм побудови й реалізації господарських зв'язків присвячено роботи В.Н. Амітана, М.І. Брагінського, А.Ф. Горбачова, В.А. Матусевича, Я.Л. Орлова, Ф.Г. Панкратова, В.П. Третяка та ін. Варто зауважити, що доробки цих науковців відображають особливості умов планово-адміністративної економіки та зосереджують увагу на питаннях міжгалузевої взаємодії в межах єдиного народногосподарського комплексу, тоді як сьогодні суб'єкти господарювання зобов'язані власними зусиллями будувати різнобічну систему ділових комунікацій у складному ринковому середовищі.

Проблемам дослідження сучасних тенденцій формування системи господарських зв'язків у нових умовах та окремих секторах економіки України присвячено праці В.В. Апопії, Н.В. Карпенка, Т.Д. Москвітїна, В.В. Черепового, М. Тимошика, Н. Міценка [2–4; 6]. Здебільшого результатами робіт став виклад змісту оновленого законодавства, що регламентує порядок формування господарських зв'язків. Поряд із цим, зважаючи на різноманітність ринкових процесів та неординарність умов ринку, його загроз та можливостей, у працях науковців усе ще залишаються недостатньо розкритими питання структуризації особливостей формування господарських зв'язків з урахуванням спеціалізацій організацій. Також існують проблеми у формулюванні основних понять та класифікацій видового різноманіття зв'язків та відносин між суб'єктами господарювання. Основною проблемою більшості визначень поняття «господарські зв'язки» є переважно розуміння зв'язку, що відображає процес збутової діяльності організацій.

Постановка завдання. Ураховуючи вищезазначене, метою статті є розгляд підприємства як відкритої соціально-економічної системи, що працює у зовнішньому змінному середовищі, умови якого диктують правила гри на ньому. Актуальним є те, що ефективність функціонування суб'єктів підприємництва ґрунтується на формуванні їх ділового кола, зміст, види та результативність якого визначаються низкою чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Відображаючи дану закономірність, завданням статті є розроблення моделі структури господарських зв'язків підприємства як відкритої соціально-економічної системи.

Дана модель дасть змогу розширити погляд на місце їх походження, сутність та види.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В.В. Апопій говорить, що під господарськими зв'язками суб'єктів ринку традиційно розуміють систему економічних відносин розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробництва до споживання [3, с. 83]; система господарських зв'язків суб'єктів ринку включає економічні, організаційно-правові, фінансові відносини між постачальниками і покупцями товарів та є важливою умовою динамічного розвитку економіки й збалансованості попиту і пропозиції на ринку товарів та послуг [3, с. 83].

Ф.Г. Панкратов та В.К. Памбучіянц визначають господарські зв'язки як сукупність економічних, комерційних, адміністративно-правових, фінансових та інших відносин між постачальниками та споживачами товарів, що складаються у процесі поставок товарів [5].

П. Молдованова визначає господарські зв'язки як відносини між постачальниками та споживачами продукції, за допомогою яких регулюються обсяги, строки та порядок поставок продукції, її якість, асортимент тощо [1].

Наведені поняття не повною мірою визначають сутність та структуру господарських комунікацій організацій, оскільки відображають лише один із різновидів їх прояву – ділові зв'язки, що пов'язані зі збутом товарів/послуг. Поряд із цим, розглядаючи будь-яку організацію як відкриту соціально-економічну систему, вважаємо, що структура господарських зв'язків повинна визначатися відповідно до місця його прояву в системі: на вході, всередині чи виході організації.

Кожне підприємство є самоорганізуючим та самовідтворювальним початком, автономним центром виробничих, господарських та соціальних рішень; відповідно до цього господарська діяльність підприємства повинна базуватися на структурі необхідних комунікацій, що забезпечують його виробничо-господарські відносини на ринку. Так, елементами спільної діяльності підприємства із зовнішнім середовищем можуть бути такі види господарських зв'язків, як організаційно-правові, виробничо-технологічні, фінансово-економічні, соціальні, комерційні, у т. ч. логістичні (пов'язані з транспортуванням і зберіганням товару) та збутові, кожен з яких має своє місце і відіграє особливу роль у функціонуванні й життєзабезпеченні підприємства.

Акцентуючи увагу саме на понятті «господарські», слід підкреслити, що господарські зв'язки варто розглядати як відносини між суб'єктами господарювання й органами управління, між суб'єктами господарювання і державними та громадськими організаціями, що є споживачами продукції, робіт, послуг, які виникають у процесі

організації та здійснення господарської діяльності підприємства.

Групуючи системні ознаки підприємства, можемо виділити такі види його зв'язків:

1) за сферою прояву – внутрішні та зовнішні, або зв'язки на вході, всередині та на виході із системи;

2) за відомчою підпорядкованістю – міжсистемні та внутрішньосистемні (залежно від наявності партнерських відносин підприємства, тобто сукупності різних видів відносин на добровільних договірних засадах із приводу здійснення певної діяльності на основі об'єднання чи розподілу ресурсів, відповідальності і ризиків);

3) за рівнем формування – на макрорівні (відбуваються між фірмою і різними суб'єктами ринку, такими як уряд, постачальники, споживачі, посередники) та на мікрорівні (між організацією та замовником);

4) за характером і метою – економічні чи неекономічні;

5) за видом організаційно-управлінських процесів – організаційно-правові, виробничо-технологічні, фінансово-економічні, комерційні (логістичні, збутові, ін.), соціальні;

6) за рівнем урегульованості – регульовані та нерегульовані державою;

7) за кількістю учасників – прямі та опосередковані;

8) за строками дії – умовно-постійні та оперативні;

9) за формою укладання – шляхом підписання угод, шляхом обміну комунікаційних сучасних засобів або іншим фіксованим шляхом;

10) за структурою – складні та прості, інші види.

Установлення раціональних господарських зв'язків підприємства – це важливе та складне завдання, яке реалізується шляхом застосування ефективних організаційно-управлінських процесів. Зважаючи на зазначене та беручи до уваги розуміння структури підприємства як системи, що складається з входу, внутрішнього поділу підсистем на керуючу та керовану, її виходу, у табл. 1 наведено деяку (неповну) структуру господарських зв'язків підприємства відповідно до їх місця знаходження в системі та організаційно-управлінських процесів. Слід зауважити, що запропонована структура зв'язків ураховує окремі етапи його життєвого циклу, а також є неповною, оскільки певна спеціалізація суб'єктів ринку формує своє коло ділових комунікацій, які необхідні їм для нормального функціонування.

На рис. 1 наочно відображено окремі результати приведені табл. 1.

Як правило, результатом закріплення господарських зв'язків є укладення та підписання сторонами господарського договору – цивільно-правового документа, що закріплює юридичні відносини між партнерами, встановлює порядок і

способи виконання зобов'язань, передбачає способи захисту забезпечення зобов'язань.

Представлена модель структури господарських зв'язків підприємства як відкритої системи, що діє у зовнішньому середовищі, містить значне коло ділових комунікацій, що мають місце на кожному етапі його життєвого циклу як на вході, так і на виході. Внутрішні ж зв'язки – це структура необхідних робіт та завдань кожної підсистеми (соціальної, фінансово-економічної, матеріально-технічної, інформаційної, виробничої та комерційної) підприємства, що повинні буди віддзеркаленням зовнішніх запитів ринку. Отже, склад господарських зв'язків підприємства та їх ефективність визначають загальний рівень його адаптивності та можливостей у перспективі. Варто зауважити, що представлена модель не відображає повне коло й напрями господарських зв'язків підприємства, оскільки їх кількість та види залежать від значної кількості різномісних чинників як внутрішнього, так і зовнішнього його середовища. Серед деяких слід відзначити властивості регіону (місце розташування, комунікації, масштаби, енергетичне забезпечення, виробничі та торговельні потужності, економічний рівень, ін.); ринкове середовище (споживачькі властивості, інфраструктура, соціальні показники, конкуренція тощо); практику певного виду економічної діяльності, масштаби бізнесу та його потужності, якість менеджменту, зв'язки, репутацію, цінову та товарну політику, технічне оснащення тощо. Наведений далеко неповний перелік потенційних чинників має бути врахованим у процесі ведення господарської політики підприємства та визначення ділових комунікацій, необхідних для забезпечення його функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. На нашу думку, *господарські зв'язки* – це результат організаційно-управлінських процесів підприємства, що залежно від етапу його життєвого циклу, спеціалізації та масштабів формує необхідну структуру адаптаційних організаційно-правових, виробничо-технологічних, фінансово-економічних, комерційних, соціальних та інших комунікацій, спрямованих на забезпечення його сталого, безперервного та ефективного функціонування на ринку.

Відповідно, *ефективне управління господарськими зв'язками підприємства* – це передусім забезпечення максимізації розміру ефекту підприємства за відповідного його ресурсного потенціалу і ринкової кон'юнктури шляхом вироблення організаційно-управлінських комунікаційних процесів із забезпечення господарської діяльності підприємства.

Проведення факторного аналізу середовища підприємств із метою їх групової ідентифікації, що мають вплив на ефективність його господарських зв'язків, є завданням подальших досліджень.

Виникнення господарських зв'язків підприємства відповідно до їхнього місця у системі та організаційно-управлінських процесів

Місце у системі	Види	Питання, що вирішуються	Види комунікацій / умовний результат
на вході/в середині	1. Організаційно-правові	1. Визначення та затвердження організаційно-правової форми та структури управління. 2. Урегулювання принципів господарської діяльності відповідно до чинного законодавства. 3. Формування пакету дозвільних документів на діяльність. 4. Забезпечення ефективного процесу інформаційного забезпечення впродовж усього ЖЦП, захист інформації. 5. Приведення у відповідність адміністративних важелів управління (якість кадрової політики, діловодство), ін.	<i>Державні структури, фін. установи → підприємство:</i> 1. Формування та затвердження установчих документів (реєстрація підприємства та привласнення коду ДКПО; відкриття розрахункового рахунку в банку; реєстрація в районній інспекції; одержання круглої печатки та кутового штампу, ін.). 2. Урегулювання господарської діяльності відповідно до: державних стандартів України; галузевих стандартів; стандартів науково-технічних та інженерних суспільств і союзів; технічних умов; стандартів підприємств. 3. Договори на надання послуг (інформаційно-патентних, інформаційно-комп'ютерних, консалтингових, аудиторських). 4. <i>Внутрішні комунікації підприємства</i> (формальні/ діловодство), ін.
на вході / всередині / на виході	2. Соціальні	1. Кадрове забезпечення (зовнішнє залучення кадрів, внутрішня кадрова політика). 2. Соціальний розвиток. 3. Формування ефективної системи мотивації персоналу. 4. Створення робочих місць. 5. Якісна характеристика кадрів, їх робота з клієнтами, ін. 6. Корпоративна культура.	<i>Зовнішній ринок праці → підприємство → зовнішній ринок:</i> 1. Трудовий договір (колективний, контракт про найм на посаду, тарифна угода, посадові інструкції тощо). 2. Плани: руху кадрів, підвищення кваліфікації, добору кадрів, матеріального стимулювання тощо. 3. Створення робочих місць, ін.
на вході / всередині / на виході	3. Фінансово-економічні	1. Фінансове забезпечення підприємства. 2. Вирішення питань та забезпечення ефективності амортизаційної політики, політики ціноутворення, оподаткування, кредитування, страхування. 3. Досягнення бажаних обсягів фінансово-економічної діяльності підприємства. 4. Забезпечення максимального обсягу продажів і виконання в строк договорів та контрактів. 5. Ощадливі витрати ресурсів і забезпечення максимального обсягу прибутку, ін.	<i>Ділові партнери (контрагенти) відповідних сфер → підприємство:</i> 1. Договори поставки або купівлі. 2. Фінансові договори (кредитний договір, інвестиційна угода, депозитний договір, договір страхування, ін.). 3. Орендні та лізингові договори. 4. Договори про спільну підприємницьку діяльність. 5. Договори про зовнішньоекономічну діяльність. 6. Система якості підприємства, ін.
всередині / на виході	4. Виробничо-технологічні	1. Забезпечення належного рівня сучасності та продуктивності матеріально-технічної бази. 2. Забезпечення випуску чи надання високоякісної, конкурентоспроможної продукції чи послуг. 3. Оптимізація екологічних характеристик виробництва.	<i>Підприємство → споживачі; підприємство → контрагенти:</i> 1. Договори продажу продукції (товару) або надання послуг. 2. Договори про спільну підприємницьку діяльність. 3. Договори ЗЕД. 4. Стандарти відповідності продукції (товаросупровідна документація), ін.
на вході / всередині / на виході	5. Комерційні, ін.	1. Формування закупівельної політики. 2. Оптимізація збутової політики (форм та методів продажу товарів). 3. Використання ефективної системи сервісного обслуговування покупців. 4. Використання логістичних підходів у практиці господарювання (складування, зберігання, транспортування), ін.	<i>Постачальники → підприємство → споживачі:</i> 1. Майнові договори. 2. Договори поставки. 3. Договори купівлі-продажу. 4. Договори на надання послуг (реklamних). 5. Посередницькі договори або договори про співпрацю (консигнаційні агентські, брокерські, дилерські), ін.

Джерело: авторська розробка



Рис. 1. Структура господарських зв'язків підприємства як відкритої соціально-економічної системи

Джерело: авторська розробка

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічний словарь бизнесмена. Киев : Техника, 1993.
2. Карпенко Н.В. Господарські зв'язки в інфраструктурному комплексі продовольчого ринку України : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2004. 122 с.
3. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / за ред. В.В. Апопія, Я.А. Гончарука. Львів : ЛКА, 2009. 450 с.
4. Москвітін Т.Д., Черепов В.В. Комерційні зв'язки торговельного підприємства. Київ : КНТЕУ, 2002. 126 с.
5. Панкратов Ф.Г., Памбухчянц В.К. Коммерция и технология торговли. Москва : Маркетинг, 1994. 220 с.
6. Тимошик М. Відносини видавництва і реалізаторів друкованого продукту. Друкарство. 2002. № 1. С. 28–31.

REFERENCES:

1. Tekhnika. (1993) Ekonomicheskii slovar' biznesmena [The economic dictionary of a businessman]. K. : Tekhnika. (in Ukrainian)

2. Karpenko N.V. (2004) Hospodars'ki zv'yazky v infrastruktornomu kompleksi prodovol'choho rynku Ukrainy [Economic Relations in the Infrastructure Complex of the Food Market of Ukraine]. Poltava: RVV PUSKU, pp. 122. (in Ukrainian)
3. Apopia V.V., Potter E.A. (2009) Komertsiyna diyal'nist' na rynku tovariv ta posluh [Commercial activity in the market of goods and services]. L. : LKA, pp. 450. (in Ukrainian)
4. Moskvitina T.D, Cherepov V.V. (2002) Komertsiyni zv'yazky torhovel'noho pidpryyemstva [Commercial connections of a trading company]. K.: KNTEU, pp. 126. (in Ukrainian)
5. Pankratov F.H. (1994) Kommertsiya i tekhnologiya tovgovli [Commerce and technology of trade]. Moscow : Information and Marketing Center "Marketing", pp. 220. (in Russian)
6. Tymoshyk M. (2002) Vidnosyny vydavnytstva i realizatoriv drukovanoho produktu [Relationships of the publisher and sellers of the printed product]. *Typograpy*, no 1, pp. 28–31.

ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

WAYS OF IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGIES OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

УДК 339.138

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-38>

Сакун Л.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Дорожкіна Г.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Ткач О.Ю.

студентка
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Sakun Lesia

Kremenchug National University
named after Mikhail Ostrogradsky

Dorozhkina Ganna

Kremenchug National University
named after Mikhail Ostrogradsky

Tkach Olena

Kremenchug National University
named after Mikhail Ostrogradsky

У статті розроблено теоретичні основи та методичні рекомендації щодо успішної стратегії діяльності машинобудівних підприємств із застосуванням маркетингових заходів. Наведені результати дослідження визначають стратегічні пріоритети: уточнення понятійного апарату «маркетингова стратегія»; удосконалення маркетингової діяльності машинобудівних підприємств; розроблення маркетингових стратегій машинобудівних підприємств на основі метода стратегічного аналізу (матриця БКГ). Визначено головні чинники планування оптимальних обсягів виробництва. Розглянуто основні напрями вдосконалення маркетингової діяльності машинобудівних підприємств. Розроблено процедури маркетингових досліджень під час створення конкурентоспроможної продукції, їхні коефіцієнти вагомості, критерії значущості і рівень виконання встановлених процедур для умов діяльності ПрАТ «Кредмаш». Узагальнено заходи маркетингового управління.

Ключові слова: маркетингова стратегія, маркетингова діяльність, машинобудівне підприємство, стратегічний аналіз, матриця БКГ, ринкове сегментування, товарне позиціонування, процедура маркетингових досліджень, стратегічно-господарський центр.

В статье разработаны теоретические основы и методические рекомендации

для успешной стратегии деятельности машиностроительных предприятий с применением маркетинговых мероприятий. Приведенные результаты исследования определяют стратегические приоритеты: уточнение понятийного аппарата «маркетинговая стратегия»; совершенствование маркетинговой деятельности машиностроительных предприятий; разработка маркетинговых стратегий машиностроительных предприятий на основе метода стратегического анализа (матрица БКГ). Определены главные факторы планирования оптимальных объемов производства. Рассмотрены основные направления совершенствования маркетинговой деятельности машиностроительных предприятий. Разработаны процедуры маркетинговых исследований при создании конкурентоспособной продукции, их коэффициенты весомости, критерии значимости и уровень выполнения установленных процедур для условий деятельности ЧАО «Кредмаш». Обобщены мероприятия маркетингового управления.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинговая деятельность, машиностроительное предприятие, стратегический анализ, матрица БКГ, рыночное сегментирование, товарное позиционирование, процедура маркетинговых исследований, стратегически хозяйственный центр.

The theoretical grounds and methodical recommendations concerning successful activity strategy for machine-building enterprises with application of marketing approaches are developed in the article by marketing research. The results of the study determine the strategic priorities: refinement of marketing strategy conceptual apparatus; improvement of marketing activity of machine-building enterprises; development of marketing strategies of machine-building enterprises on the basis of strategic analysis method (BCG matrix). With the full substantiation of the scientific results obtained, the main factors of planning optimal production volumes are proposed. Optimization of marketing strategies based on quality in order to meet customer requirements and providing quality control at all stages of production is considered. In order to expand the target markets and achieve the desired results, the directions for improving the marketing activity of machine-building enterprises are defined. Theoretical and methodological recommendations on the formation of a comprehensive marketing management system for ensuring a high level of efficiency of functioning of PJSC "Kredmash" have been developed and defined. The estimation of marketing research procedure at creation of competitive production, its weight coefficients, significance criteria, the level of execution of established procedures for PJSC "Kredmash" activity are set. The methods of calculating the effectiveness of marketing process on the example of PJSC "Kredmash" are examined considering their specificity. To determine the strategy of the machine-building enterprise of PJSC "Kredmash" we used the matrix of BCG (Boston Consulting Group). Based on the analysis of the matrix, a rational strategy of the enterprise to enter the foreign market is formulated. The conclusion summarizes the marketing management measures to ensure the efficiency of sales of mechanical engineering products and a successful marketing strategy. Marketing management measures are summarized for ensuring the efficiency of sold mechanical engineering products.

Key words: marketing strategy, marketing activity, machine-building enterprise, strategic analysis, BCG matrix, market segmentation, commodity positioning, marketing research procedure, strategic economic center.

Постановка проблеми. Перетворення в соціально-економічній сфері, за яких останнім часом розвиваються відносини в нашому суспільстві, вимагають від машинобудівної галузі змін та переорієнтації на вивчення і задоволення потреб вимогливих споживачів. Це є однією з умов для збалансування ринку машинобудівної продукції, оскільки на сучасному етапі спостерігається дисбаланс між попитом і пропозицією – пропозиція суттєво перевищує платоспроможний попит. Другою необхідною умовою є використання усієї сукупності маркетингових заходів із метою реалізації продукції даної галузі, адже сьогодні в Україні переважно

застосовують тільки деякі елементи маркетингу машинобудівної продукції (передусім збутова діяльність).

Розроблення вдалої стратегії діяльності машинобудівних підприємств і відповідних маркетингових заходів неможливе без достовірної та перевіреної інформації щодо ринку продукції у цій галузі, одним зі шляхів отримання якої є проведення маркетингових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню поняття «маркетингова стратегія» присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних учених, таких як Г. Армстронг, Г. Ассель, П. Дойль,

А.Ф. Крюков, М. Мак-Дональд, Р.Б. Ноздрьов, А.П. Панкрухин, І.Л. Решетнікова, О.М. Тімонін, О. Уолкер-молодший, Х. Хершген, Г. Хулей, Н.І. Чухрай та багато інших (табл. 1).

Вагомий науковий внесок у дослідження проблем стратегічного маркетингового планування, формування маркетингових стратегій зробили такі вітчизняні та зарубіжні дослідники: І. Ансофф, В.М. Геєць, В.Г. Герасимчук, Ф. Вірсема, Л. Койк, Ф. Котлер, Н.В. Лебіга, О.П. Крайник, Є.В. Крикавський, Н.В. Куденко, О.Є. Кузьмін, Ж.Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М.А.Окландер, А.Ф.Павленко, М. Портер, К. Прахалад, Т.Б. Решетілова, М. Трейсі, С.В. Скибінський, А.О. Старостіна, Г. Хамел, Ф.І. Хміль та ін. Однак проблема використання у повному обсязі маркетингу щодо продукції машинобудування на основі інформації, що була отримана в ході маркетингових досліджень, не дістала широкого відображення.

Більш досконалого вивчення та аналізу потребує взаємозв'язок найсучасніших методів управління маркетингом і заходів, що забезпечують якість машинобудівної продукції.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення теоретичних основ та методичних рекомендацій щодо формування і реалізації маркетингових стратегій машинобудівних підприємств на прикладі ПрАТ «Кредмаш».

Розроблення і реалізація маркетингових стратегій машинобудівних підприємств потребують виконання певних завдань:

- уточнення змісту поняття «маркетингова стратегія»;
- запровадження бізнес-моделі інженерного маркетингу;
- модернізація маркетингової діяльності машинобудівних підприємств;

Таблиця 1

Визначення поняття «маркетингова стратегія» вітчизняними та зарубіжними вченими в різних значеннях

У широкому значенні		У вузькому значенні	
Визначення	Автор	Визначення	Автор
Маркетингова стратегія – рішення у сфері маркетингу та інновацій, які визначають напрям, в якому рухається компанія, виконуючи поставлені завдання.	П. Дойль [3, с. 50]	Стратегія маркетингу – основний метод компанії впливати на покупців і спонукати їх до купівлі.	Г. Ассель [2, с. 52]
Стратегія маркетингу – це раціональний, логічно обґрунтований механізм дій, керуючись яким підприємство розраховує вирішити свої маркетингові завдання.	О.М. Тімонін, С.С. Олійник [9, с. 172]	Стратегія маркетингу головну увагу приділяє цільовим покупцям. Компанія вибирає ринок, розподіляє його на сегменти, вибирає найперспективніші та концентрує свою увагу на обслуговуванні й задоволенні цих сегментів.	Ф. Котлер, Г. Армстронг, [1, с. 32]
...Маркетингова стратегія – основа дій фірми в конкретних умовах розвитку ринку і його попиту.	Р.Б. Ноздрьова [6, с. 258]	Стратегія маркетингу – це спосіб дії для досягнення маркетингових цілей.	А.Ф. Крюков [4, с. 34]
Стратегія маркетингу – це втілення комплексу домінуючих принципів, конкретних цілей маркетингу на тривалий період і відповідних рішень за вибором й агрегації засобів організації та здійснення на ринку орієнтованої на ці цілі ділової активності.	О.П. Панкрухин [7]	Стратегія маркетингу – маркетингова логіка, яка забезпечує досягнення ринкових цілей і складається зі спеціальних стратегій щодо цільових сегментів, комплексу маркетингу, рівня маркетингових витрат.	Т.І. Лук'янець [4, с. 151]
Стратегія маркетингу – це раціональна, логічна побудова, керуючись якою підприємство планує виконати свої маркетингові завдання.	Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай [13, с. 154]	Маркетингові стратегії – це засоби досягнення маркетингових цілей щодо маркетинг-міксу.	М. Мак-Дональд [5, с. 172]
Стратегія маркетингу – принципові, середні і довгострокові рішення, що дають орієнтири, і спрямовуючи окремі заходи маркетингу на досягнення поставлених цілей.	Х. Хершген [11, с. 37]	Маркетингова стратегія – найважливіша функціональна стратегія підприємства, яка є основою розроблення загально-фірмової стратегії і бізнес-плану, вона зачіпає всі господарські сфери та функціональні підсистеми підприємства.	І.Л. Решетнікова [8, с. 52]
Маркетингова стратегія полягає у тому, щоб забезпечити відповідність можливостей компанії умовам конкурентного ринку, на яких вона працює, не тільки на даний момент, а й на осяйне майбутнє.	Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пірсі [12, с. 39]	Основне призначення маркетингової стратегії полягає у тому, щоб ефективно розподіляти і координувати ринкові ресурси і види діяльності, щоб виконати завдання фірми на певному ринку.	О. Уолкер-мл. [10, с. 41]

– розроблення маркетингових стратегій машинобудівних підприємств за рахунок поєднання методів стратегічного аналізу (конкурентний аналіз, матриця БКГ) у межах єдиної методології.

Використано матеріали статистичних довідників та бюлетенів Державного комітету статистики України, а також фінансову звітність ПрАТ «Кредмаш».

Виклад основного матеріалу дослідження.

Світові проблеми глобалізації, швидке зростання виробництва та темпів розвитку національних ринків, які призводять до посилення рівня конкурентної боротьби, висувають високі вимоги до стратегії маркетингу в діяльності машинобудівних підприємств, адже тільки стратегічний маркетинг із притаманним йому функціональним апаратом у змозі передбачити і зумовити майбутнє, саме він на сучасному етапі є одним із найважливіших складників конкурентної боротьби.

Серед розмаїття пояснень поняття «маркетингова стратегія» варто зупинитися на розробках Г. Грінлі, який пропонує інтегрований підхід до розроблення маркетингових стратегій. Під час формування такої стратегії дуже важливим є врахування не окремо взятого чинника, а цілої системи:

1. Ринкове сегментування (виробникові необхідно розробити такий підхід до сегментування ринку і вибору сегментів, що буде залежати від бажаних цілей росту, особливостей конкуренції та підходу керівництва до реакції на неї).

2. Товарне позиціонування (вибираючи цільові ринки, потрібно чітко визначати, скільки й яких товарів пропонувати та як їх позиціонувати щодо товарів-конкурентів, враховуючи специфіку кожного сегменту).

3. Формування комплексу маркетингу (кожному товару – окремий комплекс маркетингу, і роль цього комплексу для маркетингової стратегії й тактики відрізняється).

4. Вихід на ринок (аналізується, як саме компанія планує виходити на ринок, позиціонувати себе).

5. Фактор часу (узгоджується час, послідовність реалізації всіх складників маркетингової стратегії й тактики: пов'язувати власну стратегію зі стратегією конкурентів або стежити за зовнішніми індикаторами: економічними, галузевими, сезонними тощо).

Ураховуючи, що маркетингова стратегія є головним інструментом стратегічного маркетингу, стає зрозумілим важливість її адекватного вибору для успішної діяльності підприємства у цілому. У зв'язку із цим актуальним є дослідження теоретичних та методичних підходів до формування ефективних маркетингових стратегій як найважливіших складників розвитку підприємства у цілому.

Формування маркетингових стратегій – один із найсуттєвіших та найскладніших етапів процесу стратегічного управління підприємством. Не

можна ототожнювати стратегію з довгостроковим планом, оскільки між ними існує суттєва різниця, і вона полягає у тому, що стратегія має передбачати всі умови, за яких підприємство зможе уникнути негараздів на ринку.

Машинобудування є надзвичайно важливим і складним міжгалузевим комплексом економіки України, який посідає значне місце у формуванні та модернізації матеріально-технічної бази, втілює новітні досягнення науково-технічного прогресу, забезпечує весь комплекс механізації та автоматизації виробництва. Проте не завжди вдала стратегія розвитку підприємств машинобудівної галузі на сучасному етапі розвитку національної економіки не дає достатньої можливості успішно конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках через проблеми інноваційної відсталості промислового виробництва та відсутності або застарілості методів організації та управління фінансово-господарською діяльністю.

Поряд з упровадженням нової системи підвищення якості продукції вітчизняним машинобудівним підприємствам слід поліпшувати методологію управління маркетинговою діяльністю, що буде сприяти ефективному використанню більшості потенційних можливостей і внутрішніх ресурсів для задоволення вимог ринку та отримання прибутку.

Машинобудування є провідною галуззю промисловості, що забезпечує випуск різноманітного устаткування і приладів та визначає науково-технічний прогрес у національній економіці й зростання ефективності всього суспільного виробництва. В умовах ринкових відносин головним важелем виробництва і збуту машинобудівної продукції виступає реальний попит, який впливає на формування потреб споживачів.

У міжнародній практиці вважається доцільним випускати широку номенклатуру продукції, оскільки значно збільшується ймовірність того, що покупець знайде для себе потрібний товар. Під час планування оптимальних обсягів виробництва і реалізації керівництву підприємства необхідно враховувати два основних чинника:

- виробничий (аналіз наявних ресурсів і складання кошторису сукупних витрат);
- ринковий (оцінка конкурентоспроможності даної продукції та попиту споживачів).

Під час розроблення маркетингової стратегії важливо вчасно вилучити економічно неефективний товар із виробничої програми промислового підприємства.

Планування й оптимізацію маркетингової стратегії машинобудівного підприємства необхідно реалізовувати в межах стратегій, що базуються на якості, тобто фокусуватися на задоволенні вимог замовника і передбачати контроль показників якості на всіх стадіях виробництва

Доцільний вибір маркетингових стратегій – один із найважливіших та найскладніших етапів процесу маркетингу. Маркетингова стратегія слугує узгодженню маркетингових цілей підприємства з його можливостями, вимогами й потребами споживачів та зумовлює способи застосування маркетингу для розширення цільових ринків та досягнення бажаних результатів.

Основні проблеми та заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності машинобудівних підприємств наведено на рис. 1. На них і слід зосередити свою увагу провідному підприємству України з випуску дорожньої техніки – ПрАТ «Кредмаш», яке є об'єктом дослідження даної статті.

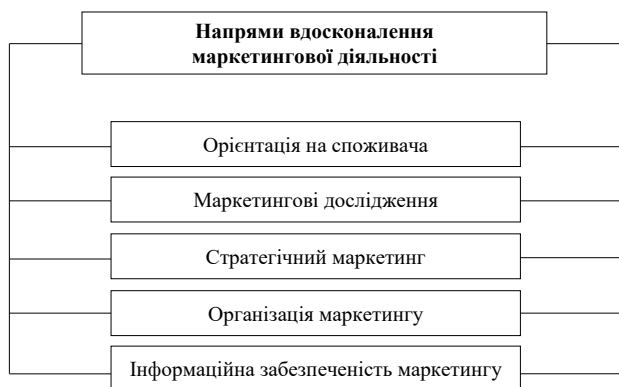


Рис. 1. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності

Нині діяльність ПрАТ «Кредмаш» здійснюється за відсутності чіткої стратегії розвитку і стабілізаційної політики, що є наслідком неефективного управління маркетинговою діяльністю та витратами на її здійснення. Функціонування підприємства супроводжується невмілим плануванням діяльності служби маркетингу, некомпетентністю маркетингового персоналу, неефективною

системою економічного стимулювання та контролювання.

Для ПрАТ «Кредмаш» характерна орієнтація виключно на виробництво та збут продукції, тоді як дослідженню цільового ринку і вивченню потреб споживачів приділяється істотно менше уваги.

За таких умов виникла необхідність у розробленні методологічних та прикладних положень, спрямованих на формування цілісної системи управління маркетинговою діяльністю, яка б дала змогу поєднати управлінський досвід минулого з найновітнішими надбаннями у сфері менеджменту і маркетингу та забезпечити високий рівень ефективності функціонування ПрАТ «Кредмаш».

Під час проведення діагностики інформативності маркетингових досліджень (МД) здійснюється оцінка рівня виконання установлених процедур.

У табл. 2 наведено приблизні процедури МД під час створення конкурентоспроможної продукції, їхні коефіцієнти вагомості, критерії значущості і рівень виконання установлених процедур для умов діяльності ПрАТ «Кредмаш».

Рівень виконання процедур МД оцінюється в балах за шкалою від 0 до 4 [14], де:

0 – не представлено документів, підтверджуючих виконання жодної процедури (0%);

1 – документи, підтверджуючі виконання процедур, представлені не в повному обсязі (менше ніж 40%);

2 – документи, підтверджуючі виконання процедур, представлені не в повному обсязі (менше ніж 80%);

3 – документи, підтверджуючі виконання процедур, представлені в повному обсязі, але є незначні відхилення у виконанні (80–99%);

4 – документи, підтверджуючі виконання процедур, представлені в повному обсязі, відхилень у виконанні немає (100%).

Таблиця 2

Процедури маркетингових досліджень під час створення продукції

Процедури МД	Критерії значущості	Коефіцієнти вагомості	Рівень виконання процедур, бали
Знаходження джерел інвестування для проведення проєктних робіт	Забезпечення збуту продукції, за якою здійснювалися МД	0,15	4
Виявлення потреб потенційних споживачів продукції, що проєктується	Практичне використання результатів МД у процесі збуту	0,15	2
Розроблення проєктного завдання	Проведення МД під час проєктування продукції	0,10	4
Оцінка ємкості та кон'юнктури ринку	Аналіз статистичних даних для МД	0,10	2
Розроблення SWOT-аналізу	Споживчий аналіз продукції конкурентів порівняно з новою	0,10	2
Визначення цінових параметрів продукції	Використання статистичних даних ринку для МД	0,10	4
Проведення МД продукції, що проєктується	Системний підхід до організації МД	0,20	3
Участь у рекламних кампаніях	Використання ресурсів при МД	0,10	3

Вимірювання показника задоволеності внутрішнього споживача здійснюється шляхом складання рівня виконання процедур з урахуванням вагових коефіцієнтів за формулою (1):

$$K_{\text{зад.в.с.}} = \sum_{i=1}^n K_{\text{вик.пр.}_i} \times M_i, \quad (1)$$

де $K_{\text{зад.в.с.}}$ – показник задоволеності внутрішнього споживача, балів; $K_{\text{вик.пр.}_i}$ – i -й показник рівня виконання процедур МД, балів; M_i – коефіцієнт вагомості i -го показника рівня виконання процедур МД, часток одиниць; n – кількість критеріїв оцінки, одиниць.

У нашому прикладі показник задоволеності внутрішнього споживача $K_{\text{зад.в.с.}}$ дорівнює 3 бали, що вказує на достатній рівень виконання процедур МД під час створення конкурентоспроможної продукції.

Результативність процесу «Маркетинг» оцінюється за формулою (2):

$$R = 0,3 * R_1 + 0,7 * R_2, \quad (2)$$

де $R_1 = K_{\text{зад.в.с. 1}} / K_{\text{зад.в.с. 0}}$ ($K_{\text{зад.в.с. 1}}$, $K_{\text{зад.в.с. 0}}$ – показник задоволеності внутрішнього споживача у поточному і попередньому періодах відповідно);

R_2 – показник задоволеності потенційного зовнішнього споживача;

$R_2 = N_{\text{дог.1}} / N_{\text{дог.0}}$ ($N_{\text{дог.1}}$ – кількість виробів даного виду продукції, забезпечених договорами; $N_{\text{дог.0}}$ – ємкість ринку даного виду продукції);

0,3; 0,7 – показники вагомості складників у загальному показникові результативності (за поточний період).

У формулі (2) для оцінки результативності процесів коефіцієнти вагомості вибираються відповідальним за виконання даного процесу (керівником відповідного підрозділу) з урахуванням важливості внеску кожного складника в загальний показник результативності у поточному періоді.

Перерозподіл вагомості кожного складника коефіцієнта результативності процесу дає змогу оптимізувати керуваність процесом.

Розглянемо використання методики розрахунку результативності процесу «Маркетинг» на прикладі ПрАТ «Кредмаш».

Конкурентоспроможною продукцією виступає вдосконалена модель асфальтозмішувальної установки продуктивністю 80–110 т/год. для роботи на рідкому паливі ДС-185М. На відміну від серійної моделі ДС-185 нова модель ДС-185М має низку переваг: релейно-контактна система керування та пилоочисна система на основі циклонів та скрубера «Вентури».

$$R_1 = \frac{3,2}{3,0} = 1,07 \quad (3)$$

$$R_2 = \frac{3}{2} = 1,5 \quad (4)$$

$$R = 0,3 * 1,07 + 0,7 * 1,5 = 1,371 \quad (5)$$

Більшість показників результативності процесу «Маркетинг» за 2018 р. перевищує 1, що вказує на поліпшення роботи служби маркетингу ПрАТ «Кредмаш» у поточному періоді.

Універсальність даної методики полягає у тому, що її можна застосувати для оцінки результативності маркетингової діяльності промислових підприємств будь-якої галузі національного господарства України з урахуванням їхньої специфіки.

Для визначення стратегії діяльності підприємства та умов її реалізації на прикладі ПрАТ «Кредмаш» було використано матрицю БКГ (Бостонської консультативної групи, США), яка є інструментом стратегічного аналізу, одним із методів оптимізації виробничої програми та планування маркетингової діяльності підприємства виходячи з положення на ринку відносно росту даної продукції та займаній долі.

Господарський портфель ПрАТ «Кредмаш» складається з чотирьох стратегічно-господарських центрів (СГЦ). Для темпу зростання ринку межею між «високим» та «низьким» визначається величина 10%, яка означає, що як швидкозростаючий ринок (який забезпечує збільшення попиту на продукти) розглядається такий ринок, де річний темп зростання перевищує 10%.

Для визначення відносної частки на ринку як значення, що розмежує велику та малу частки участі на ринку, прийнята величина 1,0.

Діаметр кола для зображення продукції вибирається пропорційно питомій вазі продукції.

Обсяг реалізації продукції у штуках за 2018 р., обсяг продажу головних конкурентів, відносна вага ринку, темпи росту ринку наведено в табл. 3.

На основі розрахованих даних побудовано матрицю БКГ (рис. 2). Згідно з даними матриці, асфальтозмішувальні установки (СГЦ1) віднесено до «зірок», автобітумовози (СГЦ2) мають ознаки «зірок», «дійних корів», «знаків питання» та «собак», оскільки знаходяться у центрі даної матриці, атогудронатори (СГЦ3) віднесено до «знаків питання», а котли для литого асфальту (СГЦ4) мають ознаки «собак».

Проведене дослідження портфеля пропозицій ПрАТ «Кредмаш» дало змогу сформулювати раціональну стратегію підприємства щодо виходу на зовнішній ринок. Комбінація продуктів «знаки питання», «зірки» та «дійні корови» призведе до найкращих результатів фінансування, тобто помірної рентабельності, ліквідності та довгострокового зростання збуту та прибутку.

Планування й оптимізація маркетингової стратегії машинобудівного підприємства необхідно здійснювати в межах стратегій, заснованих на якості, тобто фокусуватися на задоволенні вимог замовника і передбачати контроль показників якості на всіх стадіях виробництва.

Нестійкість зовнішніх та внутрішніх впливів підвищила значення маркетингової стратегії в діяльності підприємств машинобудівного комплексу. Вдало вибрана маркетингова стратегія розвитку дасть змогу підпорядкувати короткострокові інтереси досягненню довгострокових стійких переваг на ринку, що забезпечить підприємству відносну незалежність від особливостей ринку в період тимчасового погіршення ринкової кон'юнктури та підтримувати потенційні можливості на високому рівні.

У сучасних умовах стратегічний маркетинг стає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності будь-якої галузі. Насичення та стагнація ринку призводять до зменшення ефективності традиційних (консервативних) поглядів та засобів впливу на споживача. Поведінка споживача також зазнає змін, що пов'язані з кризовими явищами.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, загальний рівень маркетингового

забезпечення діяльності машинобудівного підприємства «ПрАТ «Кредмаш» є недостатнім, разом із тим відсутня взаємна узгодженість маркетингових рішень, що свідчить про проблему відсутності у керівництва підприємства далекоглядного бачення розвитку на засадах маркетингового забезпечення діяльності.

Дослідження основних напрямів оптимізації маркетингової діяльності та розроблення наукових засад з їх утілення дали змогу сформулювати такі висновки та пропозиції:

1. Модернізація маркетингових стратегій машинобудівних підприємств сприяє зростанню кількості споживачів та тривалому збільшенню прибутків.

2. Зважений вибір правильної маркетингової стратегії на підприємствах позитивно впливає на їх економічний розвиток і конкурентоспроможність.

3. З урахуванням особливостей існуючого управління на підприємстві доцільне запровадження

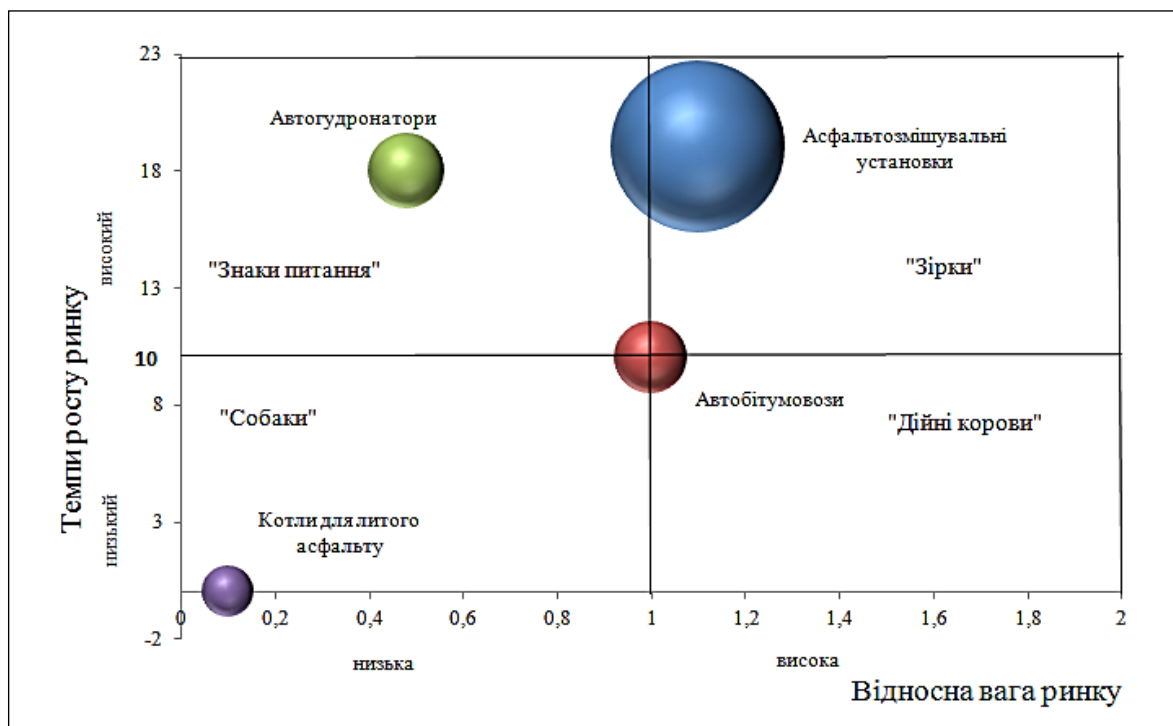


Рис. 2. Матриця БКГ

Таблиця 3

Вихідні дані для побудови матриці БКГ

Показники	Асфальтозмішувальні установки (СГЦ1)	Автобітумовози (СГЦ2)	Автогудронатори (СГЦ3)	Котли для литого асфальту (СГЦ4)
Обсяг продажу ПАТ «Кредмаш», шт.	53	10	13	1
Обсяг продажу головних конкурентів, шт.	45; 41; 43; 48; 50.	9; 7; 8; 10.	15;14;27;5	1; 3; 2; 10.
Відносна вага ринку	1,1	1	0,48	0,1
Темпи росту ринку, %	19	10	18	0
Питома вага продукції %	58	10	11	5

методики розрахунку результативності процесу «Маркетинг» на прикладі ПрАТ «Кредмаш».

4. Наведено теоретичне обґрунтування методу стратегічного аналізу (матриця БКГ), розглянуто його практичну апробацію у ПрАТ «Кредмаш». Запропонована методика використана в розробленому внутрішньому нормативному документі ПрАТ «Кредмаш» – стандарті підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг Г. Маркетинг: загальний курс : підручник. Київ : Вільямс, 2015. 608 с.
2. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : академкнига. Москва : ИНФРА, 2015. 804 с.
3. Дойль П., Каптуревский Ю.М. Маркетинг: менеджмент и стратегия : учебник. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 544 с.
4. Крюков А.Ф., Лук'янець Т.І. Управління маркетингом : навчальний посібник. Київ : КНОРУС, 2015. 368 с.
5. Мак-Дональд М. Стратегічне планування маркетингу: монографія. Санкт-Петербург : Академія, 2014. 272 с.
6. Ноздрьова Р.Б. Маркетинг – як перемагати на ринку : підручник. Санкт-Петербург : Фінанси і статистика, 2016. 304 с.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: теория, методология и практика : монографія. Москва : Гильдия маркетологов, 2015. 656 с.
8. Решетнікова І.Л. Стратегія маркетингу. Особливості формування на вітчизняних підприємствах : монографія. Луганськ : ВУГУ, 2017. 270 с.
9. Тімонін О.М. Стратегії маркетингу : навчальний посібник. Харків : ХНАДУ, 2014. 184 с.
10. Уолкер-мол. О. Маркетингова стратегія. Курс MBA : підручник. Харків : Вершина, 2016. 496 с.
11. Хершген Х. Маркетинг: основи професійного успіху : підручник. Київ : ИНФРА, 2013. 334 с.
12. Хулей Г. Маркетингова стратегія і конкурентне позиціонування : підручник Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2005. 800 с.
13. Чухрай Н.І. Маркетинг: навчальний посібник. Львів : Інтеллект, 2012. 244 с.
14. Сакун Л.М. Методика оцінки показників результативності виробничо-збутової діяльності машинобудівних підприємств. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2009. № 4(50). С. 146–149.

REFERENCES:

1. Armstrong G. (2015) Marketynh: zahal'nyy kurs [Marketing: General Course] textbook. Kyiv. Williams (in Ukrainian).
2. Assel G. (2015) Marketing: printsipy i strategiya [Marketing: principles and strategy] academic book. Moscow. INFRA (in Russian).
3. Doyle P., Kapturevsky Yu. N. (2007) Marketing: menedzhment i strategiya [Marketing: management and strategy] textbook. St. Petersburg. PETER (in Russian).
4. Kryukov A.F., Lukyanets T. I. (2015) Upravlinnya marketynhom [Marketing Management] tutorial. Kyiv. KNORUS (in Ukrainian).
5. McDonald M. (2014) Stratehichne planuvannya marketynhu [Strategic Marketing Planning] monograph. St. Petersburg. ACADEMY (in Russian).
6. Nozdreva R.B. (2016) Marketynh – yak peremahaty na rynku [Marketing – How to Win the Market] textbook. St. Petersburg. Finance and Statistics, p. 304 (in Russian).
7. Pankrukhin A.P. (2015) Marketing obrazovatel'nykh uslug [ducational services marketing: theory, methodology and practice] monograph. Moscow. Guild of Marketers, p. 656 (in Russian).
8. Reshetnikova I.L. (2017) Osoblyvosti formuvannya na vitchyznyanykh pidpryyemstvakh [Marketing strategy. Features of formation at domestic enterprises] monograph. Lugansk. VUGU (in Ukrainian).
9. Timonin O.M. (2014) Stratehiyi marketynhu [Marketing Strategies] tutorial. Kharkiv. KhNADU (in Ukrainian).
10. Walker Jr., O. (2016) Marketynhova stratehiya. Kurs MVA [Marketing Strategy. MBA Course] textbook. Kharkiv. Top, p. 496 (in Ukrainian).
11. Hershgen H. (2013) Marketynh: osnovy profesynoho uspikhu [Marketing: The Basics of Professional Success] textbook for universities. Kyiv. INFRA (in Ukrainian).
12. Hooley G. (2005) Marketynhova stratehiya i konkurentne pozytsionuvannya [Marketing strategy and competitive positioning] textbook. Dnepropetrovsk. Balance Business Bucs (in Ukrainian).
13. Chukhray N.I. (2012) Marketynh [Marketing] study guide; workbook. Lviv. INTELLECT (in Ukrainian).
14. Sakun L.M. (2009) Metodyka otsinky pokaznykiv rezul'tatyvnosti vyrobnycho-zbutovoyi diyal'nosti mashynobudivnykh pidpryyemstv [Methods of estimation of indexes of efficiency of production and marketing activity of machine-building enterprises] Bulletin of Zhytomyr State Technological University. no. 4 (50), pp. 146-149 (in Ukrainian).

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

УДК 338.242.2

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-39>**Селезньова Г.О.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
підприємства та менеджменту
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Іпполітова І.Я.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
підприємства та менеджменту
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Seleznova Halyna

Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics,

Ippolitova Inna

Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

У статті проведено узагальнення підходів до визначення системи управління підприємством. Визначено, що існує безліч наукових підходів до визначення категорії «ефективність управління підприємством», найбільш поширеним з яких є підхід до сутності та оцінювання ефективності системи управління через ефективність діяльності підприємства у цілому. Досліджено та узагальнено методи, які використовуються для оцінювання ефективності управління, та доведено необхідність використання методів, що дають змогу оцінювати ефективність безпосередньо управлінської діяльності, тобто ефективність системи управління, яка спрямована на забезпечення якісного процесу управління. Виділено дві групи методів оцінювання ефективності системи управління та зазначено доцільність використання поелементного методу оцінювання, що за результатами оцінки дасть змогу визначити напрями вдосконалення системи управління підприємством.

Ключові слова: управління, управлінська діяльність, система управління підприємством, ефективність управління, методи оцінювання ефективності системи управління.

В статье проведено обобщение подходов к определению системы управления

предприятием. Определено, что существует множество научных подходов к определению категории «эффективность управления предприятием», наиболее распространенным из которых является подход к сущности и оценке эффективности системы управления через эффективность деятельности предприятия в целом. Исследованы и обобщены методы, которые используются для оценки эффективности системы управления, и доказана необходимость использования методов, которые позволят оценивать эффективность непосредственно управленческой деятельности, то есть эффективность системы управления, которая направлена на обеспечение качественного процесса управления. Выделены две группы методов оценки эффективности системы управления и указана целесообразность использования поэлементного метода оценки, что по результатам оценки позволит определять направления совершенствования системы управления предприятием.

Ключевые слова: управление, управленческая деятельность, система управления предприятием, эффективность управления, методы оценки эффективности системы управления.

The article is devoted to pressing issues of improving the efficiency of the enterprise management system, as the basis for its successful functioning and further development in the conditions of high uncertainty and mobility of the external environment. To conduct a comparative analysis of theoretical and methodological approaches to determining the essence of the concept "enterprise management system efficiency", methods of logical and theoretical generalization, system analysis, synthesis, abstraction, and comparative methods were used. The article summarizes the approaches of determining the enterprise management system. It was defined that in most cases, when defining a management system, scientists pay attention to a systematic approach, however another view of the management system is to determine it as a set of elements that can achieve the organization goals. It was determined that there are many scientific approaches to the definition of the category "enterprise management efficiency", the most common of which is the approach to the essence and evaluation of the management system effectiveness through the enterprise efficiency on the whole. The methods that are used to evaluate management effectiveness were investigated and generalized. The methods and approaches to the assessment of management activities effectiveness were analyzed and it was concluded that most of them are aimed to assessing the management potential and do not fully disclose the management activities contents and do not provide an opportunity to determine directions for improving it. The management theory and practical activity presents the variety of approaches that can be used to assess the effectiveness of the functioning of the management system in the enterprise. The need to determine areas of the management system improvement determines the feasibility of using, first of all, element-wise evaluation methods. The use of element-wise methods for assessing the management system in the practical enterprises activities will improve the efficiency of the entire enterprise and ensure its development in the future.

Key words: management, management activity, enterprise management system, management effectiveness, methods of evaluating the effectiveness of the management system.

Постановка проблеми. Сучасні умови здійснення виробничої та господарської діяльності, які характеризуються невизначеністю, нестабільністю, високим ступенем конкуренції між підприємствами, зумовлюють зростання ролі та значення якості управлінської діяльності. Управління є невід'ємним складником сучасного суспільства і поширюється на всі сфери людської діяльності. Проте посилення змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі, об'єктивно підвищує увагу до управлінської діяльності у зв'язку з тим, що:

все більше активізується динаміка змін у середовищі функціонування підприємства;

зростають глобалізація економіки й інтернаціоналізація бізнесу, що зумовлює розмивання

національних та регіональних кордонів, зростання і домінування на світових ринках транснаціональних компаній;

необхідні постійні та глибокі перетворення і проектування підприємств відповідно до системного підходу;

поширюється інформаційний простір, що викликає необхідність удосконалення інформаційного забезпечення управління та застосування сучасних перспективних інформаційних технологій і систем;

зростає необхідність приділення особливої уваги творчому потенціалу працівників та людським ресурсам.

Ефективність функціонування системи управління передусім впливає на успішне

функціонування підприємства та його подальший розвиток. Саме це й зумовлює необхідність удосконалення як її самої, так і методик оцінювання ефективності функціонування системи управління на підприємстві. По-друге, вміння керівників правильно оцінювати в режимі реального часу ефективність функціонування системи управління з урахуванням її впливу на показники роботи підприємства дасть змогу приймати своєчасні й якісні управлінські рішення в умовах нестабільності та мінливості зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження теоретико-методологічних аспектів оцінювання ефективності управління підприємством були проведені багатьма вітчизняними і зарубіжними науковцями, серед яких: К. Адамс, М. Альберт, В. Афанасьєв, А. Богданов, О. Віханський, В. Герасимчук, В. Грузінов, Л. Довгань, П. Друкер, Р. Каплан, Д. Кліланд, М. Мескон, А. Наумов, В. Немцов, Е. Нілі, Д. Нортон, Г. Одінцова, Р. Фатхутдінов, Ф. Хедоурі, С. Янг та ін. Ними було визначено необхідні умови вдосконалення системи управління господарюючим суб'єктом у цілому та її окремих складників, проте певні протиріччя щодо визначення понятійного апарату та методів оцінювання ефективності системи управління підприємством потребують уточнення та подальшого розвитку.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у проведенні порівняльного аналізу теоретико-методологічних підходів для виявлення особливостей їх визначення сутності понять «система управління» та «ефективність системи управління».

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасне підприємство – це відкрита, самокерована, соціально-економічна система, яка володіє функцією управління, що забезпечує збереження чи розвиток основних властивостей системи згідно з визначеною метою. Управління залежності від особливостей конкретних організацій і цілей управління дає змогу стабілізувати діяльність підприємства, зберегти її якісну визначеність, підтримувати динамічну рівновагу із середовищем, забезпечити вдосконалення підприємства і досягнення того чи іншого корисного ефекту.

Питання щодо сутності системи управління привертають увагу науковців давно. Сьогодні немає єдиного визначення поняття «система управління підприємством». Науковці акцентують увагу на певних аспектах побудови системи, її складниках та особливостях її функціонування.

Звертаючись до класиків управління, можна зазначити, що, на думку С. Янга, система управління організацією є підсистемою організації, компонентами якої є групи взаємодіючих людей: її функції полягають у сприйнятті певних проблем організації (входів) і подальшому виконанні набору

дій (процесів), у результаті яких виробляються рішення (виходи), що збільшують дохід від діяльності всієї організації (задоволення) або оптимізують деяку функцію всіх входів і виходів організації [1, с. 271].

А.К. Зайцев вважає, що система управління – це множина взаємопов'язаних елементів, які становлять єдине ціле та реалізують процес управління для досягнення поставлених цілей [2, с. 6].

О.В. Дірша дає таке визначення: «Система управління являє собою сукупність (безліч) елементів, що реалізують функції планування, організації, мотивації і контролю по відношенню до об'єкта управління (системи постачання, виробництва і збуту) і взаємодіють в рамках певної структури один з одним і з середовищем із метою забезпечення відтворювального процесу на підприємстві й отримання прибутку» [3, с. 12].

Науковці В.В. Глуценко, В.І. Глуценко зазначають, що системою управління можна називати конкретний апаратний, нормативний, функціональний варіант реалізації технології, що дає змогу вирішувати конкретну проблему управління [4, с. 148].

А.В. Ігнатієва та М.М. Максимцов вважають, що система управління – це складна система, створена для збору, аналізу і переробки інформації з метою отримання максимального кінцевого результату за певних обмежень (нестача ресурсів, наприклад) [5, с. 60].

На думку Г.В. Воронцової, система управління підприємством – це спосіб взаємодії між суб'єктом і об'єктом управління, спосіб побудови взаємозв'язку між рівнями управління та функціональними галузями, що забезпечує оптимальне за заданих умов досягнення цілей організації [6].

Визначення системи управління як сукупності системи, що управляє (суб'єкт управління), та керованої системи (об'єкт управління), а також зв'язків між ними поділяють й інші автори [7–9 та ін.].

Як видно, наведені визначення переважно зважають на системні характеристики системи управління організацією, зокрема на наявність у ній двох специфічних підсистем, одна з яких (суб'єкт управління) здійснює управлінський вплив, а інша є об'єктом, на який цей управлінський вплив спрямований. Тобто більшість з існуючих визначень системи управління цілком ґрунтовно надається в рамках системного підходу до управління. Але крім того, що система управління підприємством є передусім системою, вона має й інші специфічні характеристики, встановлення яких набуває суттєвого значення в контексті її дослідження.

Ефективність функціонування та розвитку виробничої системи значною мірою визначає ефективність системи управління, що зумовлює пильну увагу до цього поняття з боку науковців. Мета управління полягає у підвищенні організованості виробничої системи для досягнень, які

визначаються призначенням системи. Змістом управління на підприємстві є узгодження діяльності всіх учасників виробничого процесу та вплив на стан структурних складників системи для забезпечення економічної і соціальної ефективності виробничої системи [10]. Діяльність щодо організації управління має бути орієнтована на вдосконалення системи управління та її вплив на результати виробничо-господарської діяльності системи. Відповідно, система оцінювання повинна бути комплексною та відображати взаємозв'язок і взаємозумовленість робіт із підвищення економічності самої системи управління та її дії на результати функціонування виробничої системи у цілому.

Ефективність управління підприємством – специфічне поняття, зміст якого впливає із суті економічної категорії «ефективність» підприємства, під якою зазвичай розуміється результативність виробничо-господарської діяльності підприємства, ступінь використання всіх його ресурсів, що визначається співвідношенням результатів діяльності та витрачених на їх досягнення ресурсів.

Нині існує безліч наукових підходів до визначення категорії «ефективність управління підприємством». Ефективність доцільно розглядати як результативність роботи системи і процесу управління, а також як результат взаємодії керуючої й керованої підсистем, тобто результат їхньої спільної діяльності [11].

Л.М. Ачкасова зауважує, що «ефективність управління являє собою результативність діяльності конкретної керуючої системи, яка відображається в різних показниках як об'єкта управління, так і, власне, управлінської діяльності (суб'єкта управління), причому ці показники мають переважно кількісні характеристики» [12, с. 109].

На думку О.М. Сищикової, під ефективністю управління слід розуміти віддачу витрат на управління, їх результативність та економічність [10, с. 6]. В.П. Грузінов та І.А. Астаф'єва вважають, що «під ефективністю управління компанією (корпорацією) слід розуміти складну сукупну категорію, яка може інтерпретуватися як системна, тобто це комплекс результативних нормативів, які характеризують ступінь задоволення потреб, що охоплюють економічні, соціальні, бюджетні, інтеграційні та інші порівняльні ефекти» [11, с. 49].

Засновник компанії «Прогресивний менеджмент» І.В. Бондаренко зазначає, що загальна ефективність управління підприємством складається з ефективності управління окремими функціональними підсистемами: маркетингом, людськими ресурсами, фінансовими ресурсами, виробництвом, логістикою тощо, а також значною мірою залежить від того, як збалансовано управління всіма аспектами його діяльності і підсистемами на рівні загального управління, тобто на рівні генерального менеджменту [13].

Отже, у науковій літературі виділяються два основних підходи до визначення сутності поняття «ефективність управління»: ресурсний та цільовий [14].

Згідно з ресурсним підходом, під час оцінки ефективності управління як результат управлінської праці розглядаються результати діяльності підприємства, представлені цілим комплексом підсумкових показників виробничої, комерційної, фінансової, інноваційно-інвестиційної діяльності в натуральному і вартісному вираженні.

Згідно із цільовим підходом, ефективність управління підприємством характеризується здатністю досягати якісно визначених та кількісно виражених тактичних і стратегічних цілей його функціонування і розвитку.

На думку авторів, цілком логічно, що ефективність системи управління розглядається через ефективність діяльності підприємства у цілому, але підходи до оцінювання ефективності системи управління підприємством за допомогою показників, які характеризують ефективність діяльності підприємства, не дають змоги визначити напрями вдосконалення існуючої системи управління. Тобто можна говорити, що якщо підприємство є збитковим, то це наслідок неефективної роботи системи управління, але де конкретно «вузькі» місця в її роботі за результатами такого підходу до оцінювання її ефективності визначити неможливо.

Слід зазначити, що науковцями виділяються різні види ефективності управління. Достатньо широку класифікацію видових проявів ефективності управління підприємством за різними ознаками наводить у своєму дослідженні Н.М. Яркіна [14, с. 283]. Серед представлених видів ефективності управління підприємством із погляду визначення недоліків управління та подальшого розроблення заходів щодо його вдосконалення слід звернути увагу на ефективність управлінської діяльності. Саме її діагностика дасть змогу підприємству визначити проблеми в системі управління, рівень управлінського потенціалу та розробити напрями поліпшення управлінської діяльності.

Процедура оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства висуває проблему вибору методу, на підставі якого вона має здійснюватися.

Різні автори для оцінювання ефективності управління пропонують застосовувати різні методи. Найбільш поширеними з них є метод угруповань, методи порівняння, матричний метод, методи математичної статистики, метод факторного аналізу та ін.

Н.М. Ползунова виділила такі підходи до оцінювання ефективності системи управління підприємством [15, с. 30]:

1) ефективність системи управління оцінюється через показники, що характеризують ефективність

діяльності підприємства. Аналізується весь комплекс показників, що характеризують фінансово-господарську діяльність підприємства;

2) ефективність системи управління оцінюється через деякий комплексний показник. У чисельнику, як правило, – прибуток, а в знаменнику в різних поєднаннях – показники фінансово-господарської діяльності підприємства;

3) ефективність системи управління оцінюється не за конкретними показниками, а через ранжування деякої сукупності окремих показників, що характеризують діяльність підприємства;

4) оцінка ефективності системи управління проводиться через комплексний показник, який об'єднує як показники економічності системи управління, так і показники ефективності виробництва;

5) оцінка ефективності системи управління проводиться експертним шляхом, переважно за якісними критеріями, набір яких досить різноманітний;

6) оцінка ефективності системи управління через цільову і ресурсну ефективність;

7) оцінка ефективності системи управління проводиться за трьома взаємозалежними критеріями: а) віднесення результату до витрат; б) якісні складники, що характеризують організацію і зміст процесу управління; в) показники, що характеризують раціональність системи управління та її техніко-організаційний рівень;

8) ресурсно-потенційний підхід передбачає ефективність визначати через різницю між потенціалом системи і рівнем його використання.

В.І. Борщ, здійснивши [16] дослідження щодо аналітичного інструментарію оцінювання ефективності систем управління, виділив три основні групи методів, які показано на рис. 1. Найбільш повно об'єкт дослідження характеризують комбіновані методи, які використовують як якісні, так і кількісні методики, оскільки розглядають систему управління з різних позицій: математично-статистичних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних, а також із позиції економічної та соціальної ефективності.

Науковцем зроблено критичний аналіз багатьох методів оцінювання управлінського потенціалу, виділено їхні переваги та недоліки. Але слід зазначити, що більшість розглянутих автором дослідження методів оцінювання управлінського потенціалу спрямована на визначення потенціалу управлінського персоналу. Однак управлінський персонал хоча, безперечно, й є базою ефективності системи управління, але все ж таки це лише один її складник, що зумовлює необхідність виділення переліку складників системи управління підприємством із метою визначення найбільш доцільних методів оцінювання.

С.М. Христолюбов пропонує комплексний метод аналізу ефективності системи управління, який включає декілька груп показників [17]:

цільовий блок, який передбачає аналіз ступеню виконання цілей та завдань організації виходячи з місії та кодексу корпоративної поведінки;

блок основних показників (основні показники виробничо-господарської діяльності підприємства);

блок оцінювання управлінського персоналу, який включає аналіз складу та структури управлінського персоналу та показників, що характеризують ефективність використання праці менеджерів через витрати на їх утримання;

блок оцінювання умов праці, спрямований на аналіз соціально-економічних, санітарно-гігієнічних, технічних та психологічних умов праці.

Даний підхід передбачає більш широкий спектр складників аналізу, але запропоновані показники не відображають рівень виконання певних функцій, та структурне забезпечення управлінської діяльності на підприємстві.

У теорії і практиці управління пропонується система показників, що характеризують ефективність власне управлінської праці. Зокрема, виділяється три групи показників ефективності системи управління підприємством [12; 14]:

1) група показників, що характеризують ефективність системи управління, що виражаються через кінцеві результати діяльності підприємства і витрати на управління;

2) група показників, що характеризують зміст та організацію процесу управління, у тому числі безпосередні результати і витрати управлінської праці. До неї входять такі характеристики апарату управління, як продуктивність, економічність, адаптивність, гнучкість, оперативність, надійність;

3) група показників, що характеризують раціональність організаційної структури та її техніко-організаційний рівень. До структурних характеристик належать побудова системи управління за ланками, рівень централізації функцій управління, прийняті норми керованості, збалансованість розподілу прав і відповідальності.

Існуючі розробки дають змогу оцінити той або інший бік ефективності функціонування системи управління, але не завжди дають можливість достатньо точно відобразити комплексні характеристики її ефективності.

Отже, у теорії управління та практичній діяльності представлено різноманіття підходів, які можна використовувати для оцінювання ефективності функціонування системи управління на підприємстві. На думку авторів, велику кількість методів та підходів, що пропонується, можна поділити на дві групи: комплексні та поелементні. Тобто ті, що застосовуються для оцінювання системи управління у цілому (переважно експертні), та такі, які використовуються для визначення рівня певних складників системи управління (наприклад, раціональність організаційної структури або потенціал управлінського персоналу). Слід зазначити, що,



Рис. 1. Класифікація методів аналізу системи управління підприємством [16, с. 321]

враховуючи великий обсяг управлінської роботи та її вплив на результативність діяльності підприємства у цілому, доцільним є використання саме поелементних методів оцінювання, що дасть змогу не тільки оцінити рівень ефективності системи управління, а й визначити напрями її вдосконалення за результатами оцінки певних елементів (складників).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, швидкі зміни зовнішнього середовища вимагають, відповідно, своєчасної адаптації підприємств до них. Від того, наскільки швидко підприємство

зможе пристосуватися до змін і перебудувати у зв'язку із цим свою господарсько-комерційну діяльність, настільки будуть меншими втрати для досягнення поставлених перед ним цілей. Прийняття відповідних управлінських рішень щодо адаптації підприємства залежить передусім від діючої системи управління, її здібностей і можливостей відслідковувати зміни в оточенні, аналізувати їх і необхідним чином реагувати. Окрім того, у дослідженні встановлено, що здебільшого під час визначення системи управління науковці звертають увагу на системний підхід, проте інший

погляд на систему управління полягає у визначенні її як сукупності елементів (складників), що дають змогу досягати цілей організації. Серед безлічі наукових підходів до визначення категорії «ефективність управління підприємством» у науковій літературі поширеним є підхід до сутності та оцінювання ефективності системи управління через ефективність діяльності підприємства у цілому. Проте, на думку авторів, підходи до оцінювання ефективності системи управління підприємством за допомогою показників, які характеризують ефективність діяльності підприємства, не дають змоги визначити напрями вдосконалення існуючої системи управління.

На думку авторів, велику кількість методів та підходів, що пропонуються, можна поділити на дві групи: комплексні, які застосовуються для оцінювання системи управління у цілому (переважно експертні), та поелементні, які використовуються для визначення рівня певних складників системи управління (наприклад, раціональність організаційної структури або потенціал управлінського персоналу). Необхідність визначення напрямів удосконалення системи управління зумовлює доцільність використання, перш за все, поелементних методів оцінювання. Отже напрямом подальших досліджень буде визначення складових елементів керуючої системи та їх характеристик, а також підходів до їх оцінювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Янг С. Системное управление организацией. Москва : Советское радио, 1972. 456 с.
2. Зайцев А.К. Исследование систем управления : учебное пособие. Нижний Новгород : НИМБ, 2006. 123 с.
3. Дирша Е.В. Исследование систем управления : курс лекций. Рубцовск : РИИ, 2012. 114 с.
4. Глущенко В.В., Глущенко В.И. Исследование систем управления : учебное пособие. Железнодорожный : Крылья, 2006. 416 с.
5. Игнатьева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления : учебное пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 157 с.
6. Воронцова Г.В. Основные направления оценки эффективности управленческих решений. *Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета*. 2010. № 2. С. 12–16.
7. Алексеев А.Н. Исследование систем управления : учебно-методический комплекс. Москва : ЕАОИ, 2008. 195 с.
8. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. Краткий курс : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер Принт, 2004. 273 с.
9. Теория организации : учебник / В.Г. Алиев и др. ; 2-е изд. Москва : Экономика, 2003. 431 с.
10. Сыщикова Е.Н. Комплексная оценка эффективности функционирования системы управления на предприятии : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 05.13.10. Воронеж, 2007. 20 с.

11. Грузинов В.П. Эффективность управления промышленными предприятиями: теоретический аспект. *Журнал автомобильных инженеров*. 2012. № 1(72). С. 44–49. URL : <http://www.aae-press.ru/f/72/44.pdf> (дата обращения: 15.01.2020).

12. Ачкасова Л.М. Экспрес-оценка эффективности управления предприятием. *Економіка транспортного комплексу*. 2016. № 28. С. 108–117. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk_2016_28_11 (дата звернення: 15.01.2020).

13. Бондаренко И.В. Эффективность управления предприятием – ключевая задача менеджмента. *Das Management*. 2010. № 5. URL : <http://www.progressive-management.com.ua/statyi-avtora/ef-management> (дата обращения: 15.01.2020).

14. Яржина Н.Н. Теоретические аспекты оценки эффективности управления предприятием. *Проблемы экономики*. 2014. № 3. С. 279–285. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_3_38 (дата обращения: 15.01.2020).

15. Ползунова Н.Н., Краев В.Н. Исследование систем управления (диагностика) : учебное пособие для вузов. Москва : Акад. Проект Трикта, 2006. 234 с.

16. Борщ В.І. Аналітичний інструментарій оцінки ефективності систем управління підприємством в інноваційній економіці. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2012. № 2(39). С. 318–325. URL : <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1364640463.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).

17. Христоробов С.Н. Эффективность системы управления организацией: анализ и оценка. URL : https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/2351/3180_8d90.doc (дата обращения: 15.01.2020).

REFERENCES:

1. Yang S. (1972) *Sistemnoe upravlenie organizatsiyey*. [System organization management]. Moscow: Sovetskoe radio. (in Russian)
2. Zaytsev A. K. (2006) *Issledovanie sistem upravleniya : uchebnoe posobie*. [Management Systems Research: the Tutorial]. Nizhniy Novgorod: NIMB. (in Russian)
3. Dirsha E. V. (2012) *Issledovanie sistem upravleniya : kurs lektsiy*. [Management Systems Research: Lecture Course]. Rubtsovsk: RII. (in Russian)
4. Glushchenko V. V., Glushchenko V. I. (2006) *Issledovanie sistem upravleniya : uchebn. posob.* [Management Systems Research: the Tutorial]. Zheleznodorozhnyy: OOO NPTs «Kryl'ya». (in Russian)
5. Ignat'eva A. V., Maksimtsov M. M. (2000) *Issledovanie sistem upravleniya : uchebn. posob.* [Management Systems Research: the Tutorial]. Moscow: YUNITI-DANA. (in Russian)
6. Vorontsova G. V. (2010) *Osnovnye napravleniya otsenki effektivnosti upravlencheskikh resheniy*. [The main directions of evaluating the management decisions effectiveness]. *Bulletin of the North Caucasus State Technical University*, no. 2, pp. 12–16.
7. Alekseev A. N. (2008) *Issledovanie sistem upravleniya. Uchebno-metodicheskitsy kompleks* [Manage-

ment Systems Research. Educational-methodical complex]. Moscow: EAOL. (in Russian)

8. Ivanova T. Yu., Prikhod'ko V. I. (2004) *Teoriya organizatsii. Kratkiy kurs: uchebn. posob.* [Organization Theory. Short course: the tutorial]. Saint Petersburg: OOO Piter Print. (in Russian)

9. Aliev V. G. et al. (2003) *Teoriya organizatsii : uchebnik* [Organization Theory: the Textbook]. Moscow: Economics. (in Russian)

10. Syshchikova E. N. (2007) *Kompleksnaya otsenka effektivnosti funktsionirovaniya sistemy upravleniya na predpriyatii* [Comprehensive the management system effectiveness assessment at the enterprise] (PhD Thesis), Voronezh: Voronezh State Technical University.

11. Gruzinov V. P. (2012) *Effektivnost' upravleniya promyshlennymi predpriyatiyami: teoreticheskiy aspekt.* [Industrial Enterprise Management Efficiency: The theoretical Aspect]. *Automotive Engineers Magazine*, no. 1 (72), pp. 44–49. Available at: <http://www.aae-press.ru/f72/44.pdf> (accessed: 15 January 2020).

12. Achkasova L. M. (2016) *Ekspres-otsinka efektyvnosti upravlinnia pidpriemstvom.* [Express evaluation of the enterprise management effectiveness]. *The transport complex economy*, no. 28, pp. 108–117. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk_2016_28_11 (accessed: 15 January 2020).

13. Bondarenko I. V. (2010) *Effektivnost' upravleniya predpriyatiem – klyuchevaya zadacha menedzhmenta.*

[The enterprise management efficiency is the management key task]. *Das Management*, no. 5. Available at: <http://www.progressive-management.com.ua/statyi-avtora/ef-management> (accessed: 15 January 2020).

14. Yarkina N. N. (2014) *Teoreticheskie aspekty otsenki effektivnosti upravleniya predpriyatiem.* [Theoretical aspects of evaluating the enterprise management effectiveness]. *The economy problems*, no. 3, pp. 279–285. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_3_38 (accessed: 15 January 2020).

15. Polzunova N. N., Kraev V. N. (2006) *Issledovanie sistem upravleniya (diagnostika) : ucheb pos. dlya vuzov.* [Management Systems Research (diagnostics): the Tutorial for universities]. Moscow: Akad. Proekt Triksa. (in Russian)

16. Borshch V. I. (2012) *Analitychnyi instrumentarii otsinky efektyvnosti system upravlinnia pidpriemstvom v innovatsiinii ekonomitsi.* [Analytical tools for assessing the enterprise management systems effectiveness in the innovative economy]. *Odes'kyi Politechnichnyi Universitet. Pratsi*, no. 2 (39), pp. 318–325. Available at: <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1364640463.pdf> (accessed: 15 January 2020).

17. Khristolobov S. N. *Effektivnost' sistemy upravleniya organizatsiy: analiz i otsenka.* [The organization's management system effectiveness: analysis and evaluation]. Available at: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/2351/3180_8d90.doc (accessed: 15 January 2020).

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У КОНТЕКСТІ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

MANAGEMENT OF RESOURCE POTENTIAL IN THE CONTEXT OF FINANCIAL SECURITY MECHANISM OF AN ENTERPRISE

УДК 330.341

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-40>

Слободянюк Н.О.

д.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Шокер Р.І.

студентка
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Slobodyanyuk Natalija

Donetsk National University of Economy and Trade named after
Mykhailo Tugan-Baranovsky

Shoker Rymma

Donetsk National University of Economy and Trade named after
Mykhailo Tugan-Baranovsky

У статті визначено та охарактеризовано роль ресурсного потенціалу підприємства у складі механізму фінансової безпеки підприємства. Подано класифікацію складників ресурсного потенціалу підприємства та визначено взаємозв'язок між ними. Виділено основні способи відтворення ресурсного потенціалу підприємства та їх характеристики. Ідентифіковано роль фінансового складника ресурсного потенціалу в процесі управління ресурсами та його вплив на інші ресурси підприємства. Розглянуто питання фінансового забезпечення ресурсного відтворення. Досліджено роль управлінського рівня підприємства у процесі забезпечення, розподілу та використання ресурсного потенціалу. Визначено особливості «ефекту віддачі» від використання різних комбінацій ресурсів підприємства. Описано метод формування плану відтворення об'єктів ресурсного потенціалу та метод ERP. Досліджено та проаналізовано статистичні дані ринку систем ERP.

Ключові слова: ресурсний потенціал підприємства, фінансова безпека, складники ресурсного потенціалу, управління, фінансове забезпечення, відтворення ресурсного потенціалу, метод планування відтворення ресурсів, метод ERP.

В статье рассмотрена и охарактеризована роль ресурсного потенциала пред-

приятия в составе механизма финансовой безопасности предприятия. Представлена классификация составляющих ресурсного потенциала предприятия и определена взаимосвязь между ними. Выделены основные способы воспроизводства ресурсного потенциала предприятия и их характеристики. Идентифицирована роль финансового составляющей ресурсного потенциала в процессе управления ресурсами и ее влияние на другие ресурсы предприятия. Рассмотрены вопросы финансового обеспечения ресурсного воспроизведения. Исследована роль управленческого уровня предприятия в процессе обеспечения, распределения и использования ресурсного потенциала. Определены особенности «эффекта отдачи» от использования различных комбинаций ресурсов предприятия. Описаны метод формирования плана воспроизводства объектов ресурсного потенциала и метод ERP. Исследованы и разобраны статистические данные рынка систем ERP.

Ключевые слова: ресурсный потенциал предприятия, финансовая безопасность, составляющие ресурсного потенциала, управления, финансовое обеспечение, воспроизводство ресурсного потенциала, метод планирования воспроизводства ресурсов, метод ERP.

The article considers the approaches of scientists to the interpretation of the concept of "enterprise resource potential" and defines its role in the financial security mechanism of an enterprise. The relationship between the resource base and the enterprise resource potential is determined. The main characteristics of the enterprise resource potential are given and the dependence of the provision of the enterprise with the resources on its management activity is determined. The classification of components of the enterprise resource potential is presented and the relationship between them is determined. The main ways of reproducing the enterprise resource potential and their characteristics are highlighted. The extensive and intensive types of extended reproduction of enterprise resources are characterized. The role of the financial component of the resource potential in the process of resource management is identified, as well as its impact on other enterprise resources. The issue of financial support for resource reproduction is considered. The role of the managerial level of the enterprise in the process of providing, distribution and usage of the resource potential is investigated. The main tasks of enterprise managers in the stage of resource management are listed. Two approaches to the management of a business entity's resource potential are distinguished. The features of the "rebound effect" of using different combinations of enterprise resources are determined. The method of formation of the plan of reproduction of resource potential objects and the method of ERP (enterprise resource planning) are described. ERP system market statistics are researched and analyzed, the main tendencies of ERP system are indicated and the disadvantages and advantages of this method are systematized. The dynamics of revenue of the Enterprise Resource Planning Software (ERP) market worldwide from 2015 to 2022 are presented and tracked, as well as the payback period for the implementation of Resource Planning Projects (ERP) from 2015 to 2017. Further scientific research will involve checking the effectiveness of the proposed methods and assessing their impact on changes in the financial security of an enterprise.

Key words: enterprise resource potential, financial security, components of the resource potential, management, financial support, reproduction of the resource potential, method of planning reproduction of resources, method of ERP.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання суб'єкти підприємницької діяльності є важливим рушієм економічного розвитку та трансформації всієї соціально-економічної системи держави. Можливість розширення товарного ринку країни визначається здатністю підприємств до максимізації виробничих потужностей та постійного вдосконалення власної діяльності. Ефективність діяльності підприємства залежить від рівня його фінансової безпеки. У процесі забезпечення фінансової безпеки суб'єкта підприємництва особливу увагу слід приділити питанню ресурсного потенціалу підприємства, оскільки

саме управління ресурсами, їх оптимальне використання, розподіл та відтворення визначають ефективність роботи суб'єкта підприємництва та створюють умови для його подальшої діяльності та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питання ресурсного потенціалу підприємства, визначення його складників та процесів їх розподілу, використання і відтворення, а також впливу на фінансову безпеку підприємства зробили такі вчені, як: О.Г. Денисюк, Н.О. Слободянюк, Н.М. Богацька, В.В. Хачатрян, О.М. Свіргун, Н.А. Іваннікова, С.І. Плотницька,

Л.О. Кустріч, Н.Г. Міценко та ін. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень та різноманітність думок, актуальними залишаються питання оцінки впливу ресурсного потенціалу на фінансову безпеку підприємства та визначення методів ефективного управління такими ресурсами.

Постановка завдання. Мета даної статті полягає у дослідженні сутності категорії «ресурсний потенціал підприємства», ідентифікації його складників та визначенні і характеристики методів управління ресурсним потенціалом підприємства в контексті механізму його фінансової безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність діяльності підприємства залежить від рівня його фінансової безпеки. Процес формування дієвого механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства складний та відповідальний, оскільки від прийнятих на цьому етапі рішень залежить уся його подальша діяльність. Під час моделювання такого механізму необхідно дослідити та врахувати всі можливі методи та інструменти забезпечення фінансової безпеки. Будь-яка діяльність підприємства починається з формування ресурсної бази та продовжується її накопиченням, поєднанням та використанням. Початково створена ресурсна база в подальшому трансформується в ресурсний потенціал підприємства, який впливає на характер перебігу всіх процесів підприємства за досягнення основної мети його діяльності.

Ресурсний потенціал відіграє ключову та невід’ємну роль у забезпеченні фінансової безпеки

підприємства. Поняття «ресурсний потенціал підприємства» трактується вченими по-різному (табл. 1).

Аналіз зазначених дефініцій показує, що ресурсний потенціал підприємства – це сукупність взаємодоповнюючих елементів (ресурсів), за допомогою яких визначаються виробнича потужність та можливості підприємства. Суть ресурсного потенціалу можна описати так: ресурсний потенціал формується залежно від управлінських рішень та одночасно впливає на їх прийняття; накопичення та вдосконалення складників ресурсного потенціалу сприяє підвищенню його величини; величина ресурсного потенціалу залежить не тільки від обсягу наявних ресурсів, а й від ефективності їх поєднання.

Загальноновизначена класифікація ресурсів підприємства така: трудові, фінансові, матеріальні, нематеріальні, інформаційні. Кожен вид ресурсу відіграє свою роль у діяльності підприємства. Трудові ресурси є одним із найважливіших елементів. Чим вищий рівень кваліфікації та продуктивності працівника, тим цінніший такий ресурс. Людська праця є основою функціонування будь-якого підприємства, адже саме від рішень персоналу залежить його подальша діяльність. Примноження ресурсів унеможливорюється за відсутності розвитку трудового потенціалу.

Не менш важливими є фінансові ресурси. Даний складник формується під час створення підприємства та змінюється у процесі його діяльності. Забезпеченість суб’єкта підприємництва

Таблиця 1

Підходи науковців до сутності поняття «ресурсний потенціал підприємства»

Автор та визначення
<p>О.Г. Денисюк</p> <p>Ресурсний потенціал – це сукупність елементів, які нагромаджені підприємством для здійснення господарської діяльності та зумовлюють можливість його функціонування й розвитку. Саме ресурсному потенціалу відводиться значна роль у забезпеченні системи економічної безпеки підприємства [1, с. 58].</p>
<p>Н.М. Богацька</p> <p>Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, якими володіє підприємство, а також спроможність працівників і менеджерів застосовувати ресурси для виробництва товарів (послуг) та отримання максимального прибутку [2, с. 117].</p> <p>В основі категорії «ресурсний потенціал підприємства» знаходиться загальна категорія «ресурси», що за змістом характеризується як запас, джерело. По суті, ресурсами підприємства є: майно та грошові кошти, запаси та джерела сировини, матеріалів, праця [3].</p>
<p>Т.А. Ашимбаєв</p> <p>Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, трудових, нематеріальних, фінансових ресурсів, зокрема здатність працівників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства. Величина ресурсного потенціалу визначається обсягом окремих видів ресурсів (земельних, матеріальних і трудових), які перебувають у розпорядженні підприємства [4, с. 165].</p>
<p>О.М. Свіргун</p> <p>Ресурсний потенціал із погляду підприємства як господарюючого суб’єкта є важливим чинником, який впливає на ефективність фінансово-господарської діяльності, підвищення конкурентоспроможності підприємства [5].</p>
<p>Н.Г. Міценко</p> <p>Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність взаємопов’язаних ресурсів, які використовуються для виробництва продукції. Величина цього потенціалу визначається обсягом окремих видів ресурсів (земельних, матеріальних і трудових), які перебувають у розпорядженні підприємства [6, с. 177].</p>

Джерело: складено авторами на основі [1–6]

коштами визначає його всі подальші можливості. Можна стверджувати, що взаємодія людських та фінансових ресурсів визначає всі інші складники ресурсного потенціалу, ці два елементи постійно поєднуються. Фінансові ресурси створюють можливості, а трудові – створюють фінансові ресурси.

Від матеріальних ресурсів залежить безперервність процесу виробництва, а від нематеріальних – економічний успіх. Інформаційний складник допомагає приймати ефективні управлінські рішення та прослідкувати їх досягнення.

Необхідно підкреслити, що всі зазначені елементи взаємопов'язані й у сукупності, формуючи тим самим ресурсний потенціал підприємства, стають рушієм підприємницької діяльності.

Важливим завданням, яке покладається на управлінський рівень підприємства, є постійне спостереження за використанням та відтворенням необхідних ресурсів. Науковці виділяють два основні види відтворення ресурсного потенціалу:

1) просте – полягає у постійному відтворенні споживаних ресурсів, необхідних насамперед для безперервності виробничого процесу;

2) розширене – полягає у підвищенні результативності діяльності шляхом поліпшення кількісних та якісних характеристик складників ресурсного потенціалу.

Здатність підприємства постійно відтворювати споживані ресурси та вдосконалювати елементи ресурсного потенціалу у подальшому формує можливості для забезпечення фінансової безпеки підприємства. Розширене відтворення науковці також поділяють на два типи: екстенсивний – збільшення ресурсів без удосконалення техніко-технологічної основи виробництва; інтенсивний – збільшення обсягів ресурсів шляхом підвищення використання ресурсів та вдосконалення організації праці. Типи відтворення можна поєднувати або чергувати залежно від потреб та можливостей.

Для забезпечення фінансової безпеки підприємства менеджери мають вирішити головне завдання – визначення унікального варіанту

поєднання різнорідних складників ресурсного потенціалу задля отримання найбільшого «ефекту віддачі». «Ефект віддачі» від використання ресурсного потенціалу підприємства проявляється у поліпшенні його фінансових показників.

Для забезпечення процесу підвищення фінансової безпеки необхідно сформувати план використання та відтворення ресурсного потенціалу, який дасть змогу проводити оцінку розподілу та використання ресурсів, контролювати ресурси та оцінювати віддачу кожного складника ресурсного потенціалу, визначати ефективність такої діяльності, поліпшувати результати та ін. Одним із можливих методів планування ресурсів підприємства може стати програмний пакет ERP.

ERP (enterprise resource planning, планування ресурсів підприємства) – організаційна стратегія інтеграції виробництва та операцій, управління трудовими ресурсами, фінансового менеджменту й управління активами, орієнтована на безперервне балансування та оптимізацію ресурсів підприємства за допомогою спеціалізованого інтегрованого пакета прикладного програмного забезпечення, що забезпечує загальну модель даних і процесів для всіх сфер діяльності [7].

Системами рівня ERP називають пакети програм, які забезпечують функціональність, яка виконується двома або більше системами. Програмне забезпечення класу ERP допомагає контролювати багато видів економічної діяльності, включаючи продажі, доставку, складання накладних, виробництво, контроль якості та управління трудовими ресурсами [8].

Статистичні дані щодо ринку ERP відображено на рис. 1.

З рис. 1 видно, що доходи ринку програмного забезпечення для планування ресурсів підприємства (ERP) у всьому світі постійно зростають і до 2022 р. зростання даного ринку прогнозується до рівня близько 86 млрд дол. США. Зростання доходів ринку ERP свідчить про збільшення кількості підприємств, які використовують дані системи.

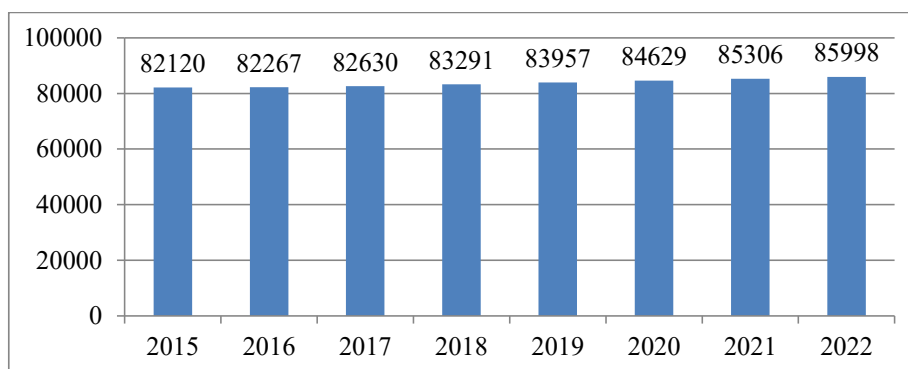


Рис. 1. Доходи ринку програмного забезпечення для планування ресурсів підприємства (ERP) у всьому світі з 2015 по 2022 р. (млн дол. США)

Джерело: дані офіційного сайту Statista [9]

Статистика щодо задоволеності підприємств постачальниками систем ERP послуг по всьому світу за 2019 р. свідчить про те, що серед 241 респондента 46% задоволених, 26% мають нейтральне відношення, 20% дуже задоволені, 7% незадоволених, 1% дуже незадоволених [10].

Аналіз інформації щодо відсотка перевищення витрат на реалізацію проектів ERP за період із 2010 по 2019 р. по всьому світу свідчить про таке: 2011 та 2017 рр. – 74% із 241 респондента заявили про перевищення планових витрат; із 2012 по 2016 р. показник змінювався в рамках від 53% до 57%; у 2018 р. показник становив 64% та в 2019 р. – 45% [11]. Тобто протягом усього аналізованого періоду 45% і більше респондентів засвідчили перевищення витрат на реалізацію проектів ERP.

Щодо терміну окупності витрат за впровадження проектів планування ресурсів (ERP), то дані також різняться (рис. 2).

Із рис. 2 видно, що за даними 2017 р. 50% підприємств знадобилося приблизно три роки, щоб окупити витрати на впровадження проекту ERP, 24% – два роки, 16% – чотири роки.

Даний аналіз дає можливість звести переваги та недоліки даного методу (табл. 2).

Зазначена інформація є неоднозначною, проте статистика свідчить про значну кількість респондентів, які задоволені використанням програм ERP та підтверджують наявність значної кількості позитивних ефектів даної систем. Тобто рішення щодо використання/невикористання даного методу цілком покладається на підприємство.

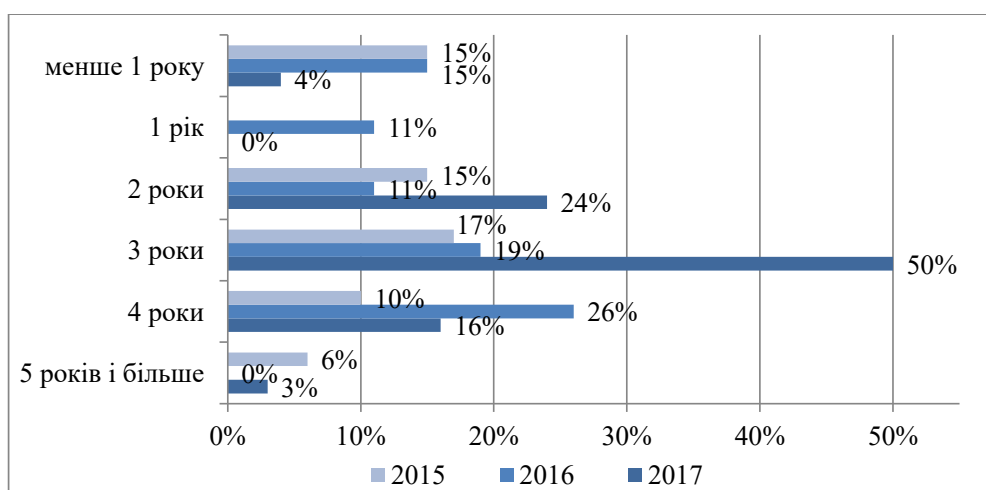


Рис. 2. Терміни окупності витрат за впровадження проектів планування ресурсів (ERP) із 2015 по 2017 р. (дані за 237 респондентами)

Джерело: дані офіційного сайту Statista [12]

Таблиця 2

Переваги та недоліки використання ERP-систем як методу управління ресурсами підприємства

Переваги	Недоліки
Використання однієї інтегрованої системи замість декількох	Програма може бути не сумісною з попередньо використовуваними програмами
Автоматизація методів планування та управління	Впровадження системи потребує великих затрат, часу та зусиль
Діагностика та ефективне використання ресурсів підприємства	Необхідність додаткового навчання персоналу
Постійна актуальність даних пришвидшує прийняття рішень	Значні показники небажання працівників підприємств освоювати нові програмні системи
Програма забезпечена системами контролю безпеки та якості	Необхідність звернення до консультантів ERP для більшої результативності впровадження
ERP спрямована на максимальне забезпечення потреб підприємства	Ефективність ERP залежить від сумлінності виконання роботи кожного відділу
Кожен підрозділ підприємства постійно отримує актуальну інформацію щодо його діяльності	Програма не завжди може адаптуватись під документообіг підприємства та специфіку діяльності
Можливість оновлення ERP, замість повної заміни	Статистика показує значні перебільшення обсягів запланованих витрат на впровадження ERP над плановими
Можливість поетапного введення програм ERP, що дає змогу поступово вирішувати проблемні питання	Необхідність оновлення або заміни програми з часом та відсутність повної гарантії ефективності програми

Джерело: складено авторами

Висновки з проведеного дослідження.

Процес управління ресурсним потенціалом підприємства має значний вплив на забезпечення його фінансової безпеки. Ефективне використання та відтворення ресурсів дає змогу суб'єкту підприємства безперервно функціонувати, поліпшуючи свою діяльність та підвищуючи рівень фінансової безпеки. Важливим завданням управління є ефективне використання ресурсів задля забезпечення максимальної віддачі. Можливим методом управління ресурсами підприємства може стати використання програм ERP. Ринок систем ERP постійно зростає, хоча й має низку недоліків. Підприємство має самостійно вирішувати, яку методику управління ресурсним потенціалом краще використувати виходячи з його потреб та можливостей. Подальші наукові дослідження передбачатимуть практичну перевірку ефективності запропонованих методів та оцінку їхнього впливу на зміни показника фінансової безпеки підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Денисюк О.Г. Використання ресурсного потенціалу підприємства та його фінансової складової. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. С. 55–67.
2. Богацька Н.М., Хачатрян В.В. Сучасний підхід до оцінки сутності ресурсного потенціалу підприємства. *Економіка і суспільство* 2016. № 3. С. 113–121.
3. Богацька Н., Ковальчук О. Ресурсний потенціал підприємства: сутність та стратегія використання. URL : http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm (дата звернення: 13.12.2019).
4. Ашимбаев Т.А. Экономический потенциал и эффективность его использования. Алма-Ата : Наука КазССР, 2001. С. 237.
5. Свіргун О.М., Соколовська В.В. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні аспекти. URL : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm (дата звернення: 14.12.2019).
6. Міценко Н.Г., Міценко Н.Г., Кумечко О.І. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, структура, стратегія використання. *Економіка і бізнес*. 2010. Вип. 20. С. 287–291.
7. ERP (enterprise resource planning). IT enterprise: технології та інновації. URL : <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/enterprise-resource-planning-erp> (дата звернення: 28.12.2019).
8. ERP – система планування та управління ресурсами підприємства. URL : <http://dssbi.com.ua/System/erpсистемиплануваннятауправління-р/> (дата звернення: 28.12.2019).
9. Доходи ринку програмного забезпечення для планування ресурсів підприємств (ERP) по всьому світу з 2015 по 2022 рік. URL : <https://www.statista.com/statistics/605888/worldwide-enterprise-resource-planning-market-forecast/> (дата звернення: 01.01.2020).
10. Рівень задоволеності постачальників в організаціях ERP по всьому світу станом на 2019 рік. URL : <https://www.statista.com/statistics/1011765/>

[worldwide-erp-vendor-satisfaction-rate/](https://www.statista.com/statistics/605888/worldwide-erp-vendor-satisfaction-rate/) (дата звернення: 01.01.2020).

11. Відсоток перевищення витрат на реалізацію проектів планування загальноорганізаційних ресурсів (ERP) за період з 2010 по 2019 рік. URL : <https://www.statista.com/statistics/526423/worldwide-erp-implementation-projects-cost-overrun/> (дата звернення: 01.01.2020).

12. Терміни окупності витрат на проекти з планування загальноорганізаційних ресурсів (ERP) з 2015 по 2017 рік. URL : <https://www.statista.com/statistics/526670/worldwide-erp-implementation-projects-recoup-costs/> (дата звернення: 28.12.2019).

REFERENCES:

1. Denysiuk O. H. (2018) Vykorystannia resursnoho potentsialu pidpriemstva ta yoho finansovoi skladovo [Utilization of the enterprise resource potential and its financial component] *Efektivna ekonomika*, no. 2, pp. 55-67.
2. Bohatska N. M., Khachatrian V. V. (2016) Suchasnyi pidkhid do otsinky sutnosti resursnoho potentsialu pidpriemstva [Modern approach to assessing the essence of the enterprise resource potential] *Ekonomika i suspilstvo*, no. 3, pp. 113-121.
3. Bohatska N., Kovalchuk O. (2012) Resursnyi potentsial pidpriemstva: sutnist ta stratehiia vykorystannia [Enterprise resource potential: essence and strategy of use] Available at: http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm (accessed 13 December 2019).
4. Ashymbaev T.A. (2001) Ekonomicheskyye potentsyal y effektivnost eho yspolzovaniya [Economic potential and efficiency of its use] *Alma-Ata : Nauka KazSSR*.
5. Svirhun O. M., Sokolovska V. V. (2010) Resursnyi potentsial pidpriemstva: teoretychni aspekty [Resource potential of the enterprise: theoretical aspects] *Економічні науки*. Available at: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm (accessed 14 December 2019).
6. Mitsenko N. H., Kumechko O. I. (2010) Resursnyi potentsial pidpriemstva: sutnist, struktura, stratehiia. [Resource potential of the enterprise: essence, structure, strategy of use] *Ekonomika i biznes*. vol. 20, pp. 287-291.
7. IT Enterprise (2019) *ERP (enterprise resource planning)* [ERP (Enterprise Resource Planning)] Available at: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/enterprise-resource-planning-erp> (accessed 28 December 2019).
8. Dss-bi (2019) *ERP – systema planuvannia ta upravlinnia resursamy pidpriemstva* [ERP – enterprise resource planning and management system] Available at: <http://dssbi.com.ua/System/erpсистемиплануваннятауправління-р/> (accessed 28 December 2019).
9. Statista (2019) *Dokhody rynku prohramnoho zabezpechennia dlia planuvannia resursiv pidpriemstv (ERP) po vsomu svitu z 2015 po 2022 rik* [Enterprise Resource Planning Software (ERP) market revenue worldwide from 2015 to 2022] Available at: <https://www.statista.com/statistics/605888/worldwide-enterprise-resource-planning-market-forecast/> (accessed 1 January 2020).

10. Statista (2019) *Riven zadovolenosti postachalnykiv v orhanizatsiakh ERP po vsomu svitu stanom na 2019 rik* [The level of satisfaction of suppliers in ERP organizations around the world as of 2019] Available at: <https://www.statista.com/statistics/1011765/worldwide-erp-vendor-satisfaction-rate/> (accessed 1 January 2020).

11. Statista (2019) *Vidsotok perevyshchennia vytrat na realizatsiu proektiv planuvannia zahalno-orhanizatsiinykh resursiv (ERP) za period z 2010 po 2019 rik* [Percentage of expenditure on implementation of general

organizational resource planning (ERP) projects from 2010 to 2019] Available at: <https://www.statista.com/statistics/526423/worldwide-erp-implementation-projects-cost-overflow/> (accessed 1 January 2020).

12. Statista (2019) *Terminy okupnosti vytrat na proekty z planuvannia zahalno-orhanizatsiinykh resursiv (ERP) z 2015 po 2017 rik* [Payback times for ERP projects from 2015 to 2017] Available at: <https://www.statista.com/statistics/526670/worldwide-erp-implementation-projects-recoup-costs/> (accessed 28 December 2019).

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ЯКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

CONCEPT APPROACH FOR QUALITY AND EFFICIENCY OF MANAGERIAL DECISIONS

У статті розкрито суть понять «якість» та «ефективність». Якість – це діяльність з розроблення, проектування, виробництва й обслуговування продукції, що є найбільш економічною та корисною і точно відповідає вимогам споживача. Ефективність управління як економічна категорія відображає роль менеджменту в підвищенні ефективності суспільного виробництва. Проаналізовано особливості застосування цих термінів стосовно управлінських рішень, які приймаються на підприємстві. Ефективність управлінського рішення полягає не стільки в його абсолютній правильності, скільки в тому, що завдяки їй воно повинно бути своєчасно, послідовно та якісно реалізовано. Якість управлінського рішення – це сукупність параметрів рішення, що задовольняють конкретного споживача та забезпечують реальність його реалізації. Наведено приклад прийняття і реалізації якісного та не досить ефективного управлінського рішення на підприємстві. Якість та ефективність – ці дві ознаки повинні завжди бути головним критерієм оцінки розроблених управлінських рішень.

Ключові слова: управлінське рішення, ефективність, якість, підприємство, показники оцінки, керуюча система.

В статті розкривається суть понять «якість» та «ефективність». Якість –

это деятельность по разработке, проектированию, производству и обслуживанию продукции, которая является наиболее экономичной и полезной и точно отвечает требованиям потребителя. Эффективность управления как экономическая категория отражает роль руководства в повышении эффективности социального производства. Проанализирована специфика применения этих терминов, касающихся управленческих решений, которые принимаются на предприятии. Эффективность управленческого решения заключается не столько в его абсолютной корректности, сколько в том, что благодаря ей оно должно быть своевременно, последовательно и качественно реализовано. Качество управленческих решений – это набор параметров решения, которое удовлетворяет конкретного потребителя и обеспечивает реальность его реализации. Приведен пример принятия и реализации качественных и недостаточно эффективных управленческих решений на предприятии. Качество и эффективность – эти два параметра всегда должны быть главным критерием оценки разработанных управленческих решений.

Ключевые слова: управленческие решения, эффективность, качество, предприятие, показатели оценки, система управления.

УДК 334.715:65

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-41>

Сухачова О.О.

аспірант кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

Sukhachova Olga

State University of Telecommunication

The article revealed the essence of the concepts of "quality" and "efficiency". Quality is the work of development, design, production and maintenance of products, which is the most economical and useful and accurately meets the requirements of the consumer. Management efficiency as an economic category reflects the role of management in improving the efficiency of social production. At this, effectiveness is a measure of its expediency, which characterizes achievement of management objectives or degree of approximation to them, it is the quality of management. Peculiarities of application of these terms concerning managerial decisions, which are accepted at the enterprise, are analyzed. The effectiveness of managerial decision is not so much in its absolute correctness, how much that due to it. It should be timely, consistently and qualitatively implemented. Quality of managerial solution is a set of parameters of a solution that satisfies a specific consumer and ensures reality of its realization. The main conditions for ensuring high quality and efficiency of managerial decisions include: application to development of managerial decision of the scientific approach of management; examining the impact of economic laws on managerial decision efficiency; providing a decision-making person, qualitative information; application of methods of value analysis, forecasting, modeling and economic justification of each decision; structuring problems and goal setting; providing a comparison of solution options; providing multi-variant solution; legal validity of the decision, which is adopted; automation of the process of processing and collection of information, development and implementation process; development and functioning of the system of responsibility and motivation of high quality and effective solution; the mechanism for implementing the solution. An example of acceptance and realization of qualitative and not sufficiently effective managerial decisions at the enterprise is given. Quality and efficiency-these two signs should always be the main criterion for assessing the management decisions developed.

Key words: managerial decision, efficiency, quality, enterprise, valuation indicators, managerial system.

Постановка проблеми. Сучасні умови, в яких функціонують українські підприємства, характеризуються глобалізацією ринків. До того ж сьогодні конкуренція виходить на новий рівень: замість конкуренції товарів виникає конкуренція принципів управління бізнесом. За таких умов особливої актуальності набувають питання якості й ефективності прийнятих рішень, адже саме від управлінських рішень залежать конкурентні переваги та ефективність функціонування підприємства у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню поняття якості та ефективності присвячено багато наукових праць вітчизняних та

зарубіжних учених, серед яких: Й. Завадський, Л. Лазоренко, Л. Балабанова, Е. Демінг, Д. Джуран, О. Огарков, А. Субетто, К. Ісікава та ін. Але саме одночасному вивченню якості й ефективності управлінських рішень приділено мало уваги.

Постановка завдання. Мета дослідження – на основі наукових тлумачень та теоретичних положень сформувати концептуальний підхід до визначення якості та ефективності управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує термінологічна плутанина між поняттями «якість» та «ефективність», що, своєю чергою, у ході досліджень призводить до невірних висновків. Дуже часто якість та ефективність управлінських

рішень ототожнюються, що є цілковито невірно. Звичайно, в основі ефективності лежить якість, але така ситуація не завжди характерна для управлінських рішень. Тут є свої особливості.

Так, А.І. Субетто розглядає якість як багатогранну категорію з позиції внутрішньої визначеності та діалектики взаємодії моментів, принципів, аспектів усередині самої категорії:

1) якість – це сукупність властивостей (аспект властивості);

2) якість структурна є ієрархічною системою властивостей або якостей об'єкта, процесу (аспект системності та структурності);

3) якість динамічна (аспект динамічності);

4) якість є суттєвою визначеністю об'єкта, процесу, внутрішній момент, що передається у законі зв'язку складових частин, елементів; якість констатує умови розвитку об'єкта (аспект визначеності);

5) якість – основа існування об'єкта, процесу, вона має двояку зумовленість, що розкривається через систему моментів: властивості, структура, система, межа, цілісність, визначеність, стійкість, мінливість, кількість (аспект внутрішньої зумовленості);

6) якість зумовлює одиничність об'єкта процесу, його специфічність, цілісність, упорядкованість, визначеність, стійкість (аспект специфікації);

7) якість створених людиною (суспільством) об'єктів і процесів кошовна (аспект аксіологічності) [1, с. 84].

Відповідно до ДСТУ ISO 9000: 2007 [2], якість являє собою ступінь, відповідно до якої сукупність власних характеристик задовольняє потреби.

Едвард Демінг визначає якість як задоволення вимог споживача не тільки для того, щоб відповідати його очікуванням, а й для передбачення спрямованості їх майбутніх змін [3].

Своєю чергою, Джозеф Джуран розглядає якість як відповідність призначенню або застосуванню [4, с. 26].

Каору Ісікава вважає, що якість – це діяльність із розроблення, проєктування, виробництва й обслуговування продукції, що є найбільш економічною та корисною і точно відповідає вимогам споживача [5, с. 7].

О. Огарков під ефективністю управління розуміє відносну характеристику результативності діяльності конкретної керуючої системи, що відображається в різних показниках як об'єкта управління, так і власне управлінської діяльності (суб'єкта управління), що мають як кількісні, так і якісні характеристики [6].

О. Гасило вважає, що ефективність управління як економічна категорія відображає роль менеджменту в підвищенні ефективності суспільного виробництва. При цьому науковець вважає, що стосовно управління ефективність є мірою його

доцільності, яка характеризує досягнення підприємством цілей управління або ступень наближення до них, є оцінкою якості менеджменту [7, с. 130].

Ефективність управлінського рішення полягає не стільки в його абсолютній правильності, скільки в тому, що завдяки їй воно повинно бути своєчасно, послідовно та якісно реалізовано. Якість управлінського рішення – це сукупність параметрів рішення, що задовольняють конкретного споживача та забезпечують реальність його реалізації.

До показників якості управлінського рішення належать: показник ентропії, тобто кількісна невизначеність проблеми; ймовірність реалізації рішення за показниками якості, витратами і строками; ступінь адекватності (або ступінь точності прогнозу, коефіцієнт апроксимації) теоретичної моделі фактичним даним, на основі яких вона була розроблена. Якщо проблема сформульована тільки якісно, без кількісних показників, то показник ентропії наближається до нуля. Якщо всі показники проблеми виражені кількісно, то показник ентропії наближається до одиниці [8, с. 340].

До основних умов забезпечення високої якості та ефективності управлінського рішення належать: застосування до розроблення управлінського рішення наукового підходу до менеджменту; вивчення впливу економічних законів на ефективність управлінського рішення; забезпечення особи, що приймає рішення, якісною інформацією; застосування методів функціонально-вартісного аналізу, прогнозування, моделювання та економічного обґрунтування кожного рішення; структуризація проблеми та постановка цілей; забезпечення порівняння варіантів рішення; забезпечення багатоваріантності рішення; правова обґрунтованість рішення, що приймається; автоматизація процесу обробки та збирання інформації, процесу розроблення і реалізації рішень; розроблення і функціонування системи відповідальності та мотивації якісного й ефективного рішення; наявність механізму реалізації рішення [8, с. 340].

На практиці ефективне рішення не означає якісне. Спостерігаються випадки, коли розробляються досить якісні управлінські рішення, але вони не є ефективними. Так, наприклад, у ПАТ «Укртелеком» у 2018 р. було прийнято рішення відносно оптимізації їхньої організаційної структури управління підприємством. Було внесено пропозиції щодо об'єднання низки підрозділів. Таке рішення пояснювалося тим, що необхідно змінювати підходи до діяльності підприємства з метою збільшення його прибутку, який за останні роки суттєво зменшився – з 0,9 млрд грн у 2015 р. до 0,5 млрд грн у 2018 р. Воно досить довго і ретельно розроблялося. Було проведено низку нарад, обговорень, наводилися багато аргументів на його користь, тобто його підготовку можна вважати досить обґрунтованою і рішення якісним. Але воно

не призвело до бажаного результату: прибуток ПАТ «Укртелеком» у 2019 р. скоротився ще на 19% [9]. Тому ефективність такого рішення є сумнівною.

Слід зауважити, що ефективні рішення, своєю чергою, не завжди є якісними. Інколи приймаються спонтанні, необґрунтовані управлінські рішення, але вони позитивно впливають на перебіг подій у підприємстві й на виробництво зокрема. Це свідчить про ефективність прийнятого рішення. Якість такого рішення є досить низькою. З одного боку, вони є корисними незалежно від рівня якості, а з іншого – прийняття неякісних рішень може виявитися дуже небезпечним для підприємства, тому що далеко не всі недостатньо якісні рішення є ефективними.

Не слід зменшувати значення якості управлінських рішень. Неякісні рішення, як і неякісна продукція, яка, на перший погляд, має привабливий вигляд і дешево коштує, але через певний час після її вживання стає зрозуміло, яку шкоду приносить вона організму людини. Так само і з неякісними рішеннями, шкоду від яких можна побачити тільки з часом, коли відбуваються окремі події, що мають негативні наслідки, такі як спад виробництва, припинення функціонування окремих його галузей, зниження ефективності та рентабельності тощо. Переважно неякісні рішення наносять величезну шкоду виробництву, а в окремих випадках спричиняють збитковість і призводять до банкрутства підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

Сучасні висококонкурентні умови діяльності вимагають прийняття якісних та ефективних управлінських рішень. Якість та ефективність – ці дві ознаки повинні завжди бути головним критерієм оцінки розроблених управлінських рішень. Позитивно впливати на виробництво будь-якого підприємства, сприяти підвищенню його ефективності та рентабельності можуть тільки якісні й ефективні рішення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Субетто А.И. Проблемы независимости в методологии оценивания качества. Методология и практика оценивания продукции. Львов : ЛДНТП, 1990. С. 84–90.
2. Системи менеджменту якості. (ISO 9000:2005, IDT): ДСТУ ISO 9000:2007). Київ : Держстандарт України, 2007. 29 с.
3. Deming E. Lecture to Japanese Management. URL : <http://hclecures.blogspot.com/1970/08/demings-1950-lecture-to-japanese.html> (дата звернення: 15.01.2020).
4. Juran J.M. Juran's Quality Handbook New York: McGraw-Hill, 5-th edition, 1999. 1646 p.

5. Ishikawa K. What is Total Quality Control? Japanese way. Prentice-Hall on Englewood Cliffs, New Jersey, 1985 215 p.

6. Огарков А.А. Эффективность: способы её определения и достижения. URL : <http://bukvasha.ru/art/298039> (дата звернення: 15.01.2020).

7. Гасило О. Діагностика економічної ефективності управління підприємством. *Торгівля і ринок України*. 1999. Вип. 9. С. 129–134.

8. Лазоренко Л.В. Підвищення якості та ефективності управлінських рішень. *Організаційно-економічні проблеми розвитку АПК : збірник наукових праць*. Київ : ІАЕ, 2001. С. 338–341.

9. Прибуток «Укртелекому» скоротився майже на 19%. URL : <https://www.unian.ua/economics/transport/10199262-pributok-ukrtelekomu-skorotivsyamayzhe-na-19.html> (дата звернення: 22.01.2020).

REFERENCES:

1. Subetto A.I. (1990) Problemy nezavisimosti I metodologii ocenivaniya kachestva. Metodologiya i praktika ocenivaniya produktsii. [Independence problems in methodology and quality assessment. Methodology and practice assessment of product]. L: LDNTT, pp. 84-89 (in Russian)
2. Systemy menegeantu yakosti. (ISO 9000:2005, IDT): ДСТУ ISO 9000:2007). [Quality Management Systems. ISO 9000:2005, IDT): ДСТУ ISO 9000:2007].] K.: Government Standard of Ukraine, p. 14-18 (in Ukrainian)
3. Deming E. Lecture to Japanese Management Available at: <http://hclecures.blogspot.com/1970/08/demings-1950-lecture-to-japanese.html> (accessed 15 January 2020).
4. Juran J.M. (1999) Juran's Quality Handbook New York: McGraw-Hill, 5-th edition, pp. 25-27.
5. Ishikawa K. (1985) What is Total Quality Control? Japanese way. Prentice-Hall on Englewood Cliffs, New Jersey, pp. 5-8.
6. Ogarin A.A. Effektivnost: sposoby ee opredele-niya I dostigeniya [Efficiency: ways of its defining and achievement] Available at: <http://bukvasha.ru/art/298039> (accessed 25 January 2020).
7. Gasylo O. (1999) Diagnostyka ekonomichnoi efektyvnosti upravlinnya pidpnyemstvom [Diagnosis of economic efficiency of the enterprise]. *Trade and Ukrainian market*. Vol. 9, pp. 129-134.
8. Lazorenko L.V. (2001) Pidvyvshennya yakosti ta efektyvnosti upravlinskyh rishen [Improving the quality and efficiency of managerial decisions]. *Organizational and economic problems of agroindustrial complex development. Collection of scientific papers*. K: ІАЕ, pp. 338-341 (in Ukrainian)
9. Prybutook "Ukrtelekomu" skorotyvsya maige na 19 %. [The "Ukrtelecom"'s profit dropped by almost 19%.] Available at: <https://www.unian.ua/economics/transport/10199262-pributok-ukrtelekomu-skorotivsyamayzhe-na-19.html> (accessed 22 January 2020).

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

WAYS TO IMPROVE ENTERPRISE'S FINANCIAL STATUS

УДК 658.15

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-42>**Черкашина А.О.**

студентка

Харківський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу
«Університет банківської справи»**Головко О.Г.**

к.е.н., доцент

Харківський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу
«Університет банківської справи»**Cherkashina Alina**Kharkiv Educational and Scientific Institute of
State Higher Educational Institution
“Banking University”**Golovko Elena**Kharkiv Educational and Scientific Institute of
State Higher Educational Institution
“Banking University”

У сучасних умовах фінансовий стан багатьох підприємств набуває негативних тенденцій, тому на першому плані знаходяться питання оцінки фінансового стану підприємства як ефективного механізму для його поліпшення. У цьому разі основним напрямом діяльності адміністративного складу підприємства має бути розроблення й упровадження ефективних заходів антикризового управління. Попередження розвитку негативних кризових явищ на підприємстві можливе тільки за умови постійного забезпечення управлінського персоналу актуальною інформацією про поточний рівень показників фінансового стану. У статті проведено оцінку фінансового стану ПАТ «Турбоатом». Проаналізовано фінансову стійкість, ліквідність, платоспроможність, а також рентабельність для визначення його активності та спроможності своєчасно погашати свої зобов'язання. Пропоновано основні шляхи поліпшення фінансового стану підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, фінансова стійкість, ліквідність, платоспроможність, банкрутство.

В современных условиях финансовое состояние многих организаций приобре-

тает негативные тенденции, поэтому на первом плане стоят вопросы оценки финансового состояния предприятия как эффективного механизма для его улучшения. В таких случаях основным направлением деятельности управленческого состава предприятия должна быть разработка и внедрение эффективных мер по улучшению финансового состояния предприятия. Предупреждение развития негативных кризовых явлений на предприятии возможно только при условии постоянного обеспечения управленческого персонала информацией о текущем уровне показателей финансового состояния. В статье проведена оценка финансового состояния ЧАО «Турбоатом». Проанализированы финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность, а также рентабельность для определения его активности и способности своевременно погасить свои обязательства. Предложены основные пути по улучшению финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние предприятия, финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность, банкротство.

The essence and necessity of estimation of financial condition of the enterprises in modern conditions are revealed in the article, discusses the means aimed at improving the financial status of the pipeline enterprise. From the point of view of the enterprise itself, its financial status is an important indicator of the effectiveness of its activities. Analysis of the financial status makes it possible to provide a competent and adequate assessment of the financial and economic activities of the enterprise over the past period of time, prepare the information necessary for forecasting, draw up an action plan and avoid a decrease in the level of profit and competitiveness of the economy of the economy that is being studied. In modern conditions, the financial status of many organizations is acquiring negative trends, therefore, in the foreground there are questions of assessing the financial condition of an enterprise as an effective mechanism for ways to improve it. At many Ukrainian enterprises, the common cause of unstable activity and crisis phenomena is an unsatisfactory capital structure and a shortage of money shortage. In such cases, the main activity of the managerial staff should be the development and implementation of effective measures aimed at improving the financial status of the business entity. Prevention of the development of negative crisis phenomena at the enterprise is possible only if the management staff is constantly provided with information about the current level of indicators of financial status. Financial stability, liquidity, solvency, and profitability were analyzed in this article to determine the activity of the enterprise and the ability to timely repay its obligations. The article also suggests the main ways to improve the financial status of the enterprise and defines a set of fixed assets aimed at increasing effective activity and strengthening its financial status. In the process of working on the article, it was possible to establish that a systematic analysis of the financial status allows you to detect negative trends in the enterprise and prevent the likelihood of bankruptcy by taking timely anti-crisis measures.

Key words: financial status of the enterprise, financial stability, liquidity, solvency, bankruptcy.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ефективність управлінських рішень залежить від деталізованої оцінки фінансового стану підприємства, а нестабільність економіки зумовлює необхідність кожному суб'єкту господарювання постійно шукати шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, що передбачає застосування комплексу показників, які відтворюють різні аспекти діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою пошуку шляхів поліпшення фінансового стану підприємств займалися багато вітчизняних та закордонних учених, серед яких треба виділити праці Д. Городинського, А. Череп, Л. Кириченко, Т. Обушак, І. Бланка, Е. Хелферта, Ж. Рішара, Е. Альтмана, І. Данильчук, Г. Карпенко, О. Крайник, Е. Мороз, О. Рудницької, В. Смачило,

В. Фридинського. Вчені аналізують вплив чинників на фінансовий стан підприємства, вказують причини кризового стану, однак недостатньо приділяють уваги пошуку шляхів виходу з кризового становища.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз фінансового стану підприємства, головним завданням якого є пошук резервів підвищення рентабельності та своєчасне виявлення й усунення недоліків фінансової діяльності, пошук шляхів поліпшення фінансового стану підприємства. Усе це повинно забезпечувати зростання ринкової вартості підприємства в довгостроковому періоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських

чинників і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [1].

В Україні енергетичне машинобудування характеризується високим потенціалом подальшого розвитку, який сьогодні використовується недостатньо мірою. Це зумовлено передусім тим, що останнім часом значно змінився ринок збуту такої продукції і підприємствам слід переорієнтуватися на іншого споживача. На такі зміни слід витратити певний час: збільшити потужності, спрогнозувати тенденції розвитку та стійкість ринку, раціонально оцінити свої конкурентні переваги.

Базою дослідження вибрано ПАТ «Турбоатом» – одне з найбільших у світі турбобудівних підприємств із повним циклом виробництва: проектування, виробництво, поставка, налагодження, фірмове обслуговування турбінного устаткування для всіх типів електростанцій

Метою діяльності товариства є одержання прибутку на основі здійснення виробничої, посередницької та іншої діяльності, в порядку та за умов, визначених чинним законодавством і статутом ПАТ «Турбоатом».

Для оцінювання економічної стійкості ПАТ «Турбоатом» доцільно використати методу, що охоплює декілька різних груп показників, які характеризують основні складники економічної стійкості з акцентуванням головної уваги на її фінансових аспектах. Це можна пояснити тим, що для досліджуваного підприємства в теперішніх умовах основною перешкодою забезпечення стійкості свого функціонування виступають саме фінансові кризові явища, які зумовлюють виникнення інших кризових явищ на підприємстві. Аналіз передбачає обчислення показників фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності та рентабельності. Зазначені показники слід проаналізувати для характеристики економічної стійкості ПАТ «Турбоатом» на основі даних балансу.

Показники фінансової стійкості підприємства за 2016–2018 рр. наведено в табл. 1 [2; 3].

Отже, за кожним із розрахованих показників фінансової стійкості можна зробити такі висновки:

- значення коефіцієнта автономії є більшим від його нормативної величини ($\geq 0,5$), що свідчить про відсутність залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування;

- величина коефіцієнта фінансової залежності для є більшою від його нормативного значення (1), що свідчить про те, що власники не можуть фінансувати своє підприємство тільки за рахунок власного капіталу й користуються значними позиками;

- значення коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами перебуває у допустимих межах (0,1–0,5) і перевищує верхню рекомендовану межу (0,5), це є свідченням того, що майже половина оборотних активів підприємства

фінансується за рахунок його чистого оборотного капіталу і це позитивно характеризує фінансовий стан досліджуваного підприємства;

- величина коефіцієнта маневрування власним капіталом не перебуває у межах нормативу (0,4–0,6; $> 0,3$), що свідчить про те, що підприємство не може вільно використовувати доволі значну частину власного капіталу і це є негативною тенденцією для його фінансової стійкості;

- значення частки робочого капіталу в активах збільшилося протягом 2018 р., що є свідченням поліпшення платоспроможності підприємства;

- величина коефіцієнта фінансової незалежності в частині формування запасів значно перевищує нормативні значення ($> 0,3$) станом на початок 2018 та 2019 рр., що свідчить про те, що підприємство придбаває запаси за рахунок власного капіталу і характеризується високим рівнем фінансової незалежності з приводу формування запасів.

Показники ліквідності та платоспроможності підприємства наведено в табл. 2 [2; 3].

Отже, за кожним із розрахованих показників ліквідності й платоспроможності можна зробити такі висновки:

- значення коефіцієнта покриття (загальної ліквідності) наближується до його нормативної величини (≥ 2), що свідчить про достатні можливості підприємства щодо погашення своїх поточних зобов'язань за рахунок власних оборотних коштів;

- величина коефіцієнта швидкої ліквідності є меншою від його нормативного значення (≥ 1), що є свідченням недостатньої спроможності підприємства погасити свої поточні зобов'язання за рахунок швидколіквідних активів (грошових коштів та їхніх еквівалентів, фінансових інвестицій і дебіторської заборгованості);

- значення коефіцієнта абсолютної ліквідності є вищим від його нормативу ($\geq 0,2$) станом на початок 2019 р., що свідчить про велику частку поточних зобов'язань, які підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів;

- величина робочого капіталу (чистого оборотного капіталу) є додатною на початок 2018 і 2019 рр., що свідчить про те, що підприємство спроможне за рахунок власних оборотних коштів не тільки погасити свої поточні зобов'язання, а й використати частину відповідних коштів на розширення діяльності.

Показники рентабельності підприємства наведено в табл. 3 [2; 3].

Отже, за кожним із розрахованих показників рентабельності можна зробити такі висновки:

- значення показника рентабельності продукції (продаж) є значно більшим від його нормативної величини ($> 0,15$), що свідчить про достатню ефективність збуту продукції підприємства;

Показники фінансової стійкості ПАТ «Турбоатом» за 2016–2018 рр.

1. Коефіцієнт автономії (концентрації власного капіталу)	
$K_{\text{вк}} = \frac{\text{власний капітал}}{\text{активи підприємства}}$ <p>Абсолютне відхилення +0,031; -0,0039 Нормативне значення $K_{\text{вк}} \geq 0,5$</p>	2016 = $\frac{3378715}{4742844} = 0,7123$
	2017 = $\frac{5371560}{7226171} = 0,7433$
	2018 = $\frac{5586863}{7555463} = 0,7394$
2. Коефіцієнт фінансової залежності	
$K_{\text{фз}} = \frac{\text{активи підприємства}}{\text{власний капітал}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,0585; +0,0071 Нормативне значення $K_{\text{фз}} = 1$</p>	2016 = $\frac{4742844}{3378715} = 1,4037$
	2017 = $\frac{7226171}{5371560} = 1,3452$
	2018 = $\frac{7555463}{5586863} = 1,3523$
3. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	
$K_{\text{звоб}} = \frac{\text{об. активи} - \text{поточні зобов.}}{\text{оборотні активи}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,1001; 0,0416 Нормативне значення 0,1J</p>	2016 = $\frac{3115586 - 1326885}{3115586} = 0,5741$
	2017 = $\frac{2940658 - 1546596}{2940658} = 0,4740$
	2018 = $\frac{3541662 - 1715526}{3541662} = 0,5156$
4. Коефіцієнт маневрування власним капіталом	
$K_{\text{м.вк}} = \frac{\text{об. активи} - \text{поточні зобов.}}{\text{власний капітал}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,2699; 0,0673 Нормативне значення $0,4 \leq K_{\text{м.вк}} \leq 0,6$</p>	2016 = $\frac{1788701}{3378715} = 0,5294$
	2017 = $\frac{2940658 - 1546596}{5371560} = 0,2595$
	2018 = $\frac{3541662 - 1715526}{5586863} = 0,3268$
5. Частка робочого капіталу в активах	
$K_{\text{р.к}} = \frac{\text{пот. активи} - \text{пот. зобов.}}{\text{валюта балансу}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,1842; 0,0487 Нормативне значення -</p>	2016 = $\frac{1788701}{4742844} = 0,3771$
	2017 = $\frac{2940658 - 1546596}{7226171} = 0,1929$
	2018 = $\frac{3541662 - 1715526}{7555463} = 0,2416$
6. Коефіцієнт фінансової незалежності в частині формування запасів	
$K_{\text{ф.н}} = \frac{\text{власний капітал}}{\text{середньорічна велич. запасів}}$ <p>Абсолютне відхилення +1,3669; -0,2512 Нормативне значення $> 0,3$</p>	2016 = $\frac{3378715}{1795220} = 1,882$
	2017 = $\frac{5371560}{1653325} = 3,2489$
	2018 = $\frac{5586863}{1863696,5} = 2,9977$

Показники ліквідності та платоспроможності ПАТ «Турбоатом» за 2016–2018 рр.

1. Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	
$K_{зл} = \frac{\text{оборотні активи}}{\text{поточні зобов'язання}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,4467; 0,1631 Нормативне значення $K_{зл} \geq 2$</p>	<p>2016 = $\frac{3115586}{1326885} = 2,348$</p> <p>2017 = $\frac{2940658}{1546596} = 1,9013$</p> <p>2018 = $\frac{3541662}{1715526} = 2,0644$</p>
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	
$K_{шл} = \frac{\text{оборотні активи} - \text{запаси}}{\text{поточні зобов'язання}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,3833; 0,1216 Нормативне значення $K_{шл} \geq 1$</p>	<p>2016 = $\frac{3115586 - 1571274}{1326885} = 1,1638$</p> <p>2017 = $\frac{2940658 - 1733396}{5371560} = 0,7805$</p> <p>2018 = $\frac{3541662 - 1993997}{5586863} = 0,9021$</p>
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	
$K_{ал} = \frac{\text{грошові кошти та евівалети}}{\text{поточні зобов'язання}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,7273; 0,1265 Нормативне значення $K_{ал} \geq 0,2$</p>	<p>2016 = $\frac{1170334}{1326885} = 0,882$</p> <p>2017 = $\frac{239326}{1546596} = 0,1547$</p> <p>2018 = $\frac{482523}{1715526} = 0,2812$</p>
4. Чистий оборотний капітал	
$P_k = \text{об. активи} - \text{поточні зобов.}$ <p>Абсолютне відхилення -394639; 432074</p>	<p>2016 = 3115586 - 1326885 = 1788701</p> <p>2017 = 2940658 - 1546596 = 1394062</p> <p>2018 = 3541662 - 1715526 = 1826136</p>

– величина показника рентабельності активів (майна) є меншою від його нормативного значення ($> 0,14$), що є свідченням недостатнього рівня прибутку, що створюється усіма активами підприємства;

– значення показника рентабельності власного капіталу перебуває нижче межі нормативу ($> 0,2$), що свідчить про не досить ефективне використання власного капіталу підприємства;

– величина показника рентабельності основної діяльності відповідає нормативу (> 0), що є свідченням ефективної роботи підприємства за центрами відповідальності;

– значення показника рентабельності виробництва перебуває у межах нормативу (> 0), що свідчить про ефективність вкладень капіталу підприємства у виробництво продукції.

Для забезпечення підприємству прогресу, сталої конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості, а також побудови правильної антикризової стратегії необхідно ставити питання про рівень фінансового потенціалу та його оцінку [4]. Сучасні концепції оцінки фінансового потенціалу підприємства застосовують певні моделі

або сукупність моделей та методики. Такі можливості надає п'ятифакторна модель Альтмана [5]. Формула розрахунку п'ятифакторної моделі Е. Альтмана має вигляд:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5,$$

де X_1 – власний оборотний капітал/усього активів;

X_2 – нерозподілений прибуток/усього активів;

X_3 – прибуток до виплати відсотків/усього активів;

X_4 – власний капітал/зобов'язання;

X_5 – чистий дохід/усього активів.

Застосовуючи дані балансу ПАТ «Турбоатом» за 2018 р., отримуємо:

$$Z = 1,2 \cdot 0,468 + 1,4 \cdot 0,094 + 3,3 \cdot 0,116 + 0,6 \cdot 2,837 + 0,314 = 3,092,$$

що відповідає зоні фінансової стійкості.

Завдяки аналізу оцінки ймовірності банкрутства нам удалося визначити, що рівень фінансового потенціалу ПАТ «Турбоатом», незважаючи на поступове зниження показників рентабельності, залишається високим, діяльність підприємства прибуткова, фінансове становище є стабільним, а отже, підприємство є фінансово стійким.

Показники рентабельності ПАТ «Турбоатом» за 2016–2018 рр.

1. Рентабельність продукції	
$P_n = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{чиста виручка}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,1685; -0,0227 Нормативне значення $P_n > 0,15$</p>	$2016 = \frac{1178855}{2166943} = 0,544$ $2017 = \frac{892942}{2377533} = 0,3755$ $2018 = \frac{922884}{2615427} = 0,3528$
2. Рентабельність активів	
$P_a = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{валюта балансу}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,125; -0,0014 Нормативне значення $P_a > 0,14$</p>	$2016 = \frac{1178855}{4742844} = 0,2485$ $2017 = \frac{892942}{7226171} = 0,1235$ $2018 = \frac{922884}{7555463} = 0,1221$
3. Рентабельність власного капіталу	
$K_{\text{вк}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{власний капітал}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,1827; -0,0011 Нормативне значення $P_{\text{вк}} > 0,2$</p>	$2016 = \frac{1178855}{3378715} = 0,3489$ $2017 = \frac{892942}{5371560} = 0,1662$ $2018 = \frac{922884}{5586863} = 0,1651$
4. Рентабельність основної діяльності	
$P_{\text{од}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{собівартість реаліз. прод}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,2144; -0,178 Нормативне значення $P_{\text{од}} > 0$</p>	$2016 = \frac{1178855}{1112132} = 1,0599$ $2017 = \frac{892942}{1056109} = 0,8455$ $2018 = \frac{922884}{1382524} = 0,6675$
5. Рентабельність виробництва	
$P_v = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{витратина виробн. і реалізацію}}$ <p>Абсолютне відхилення -0,2197; -0,2019 Нормативне значення $P_v > 0$</p>	$P_{2016} = \frac{1178855}{15164 + 1112132} = 1,0457$ $P_{2017} = \frac{892942}{1056109 + 24866} = 0,826$ $P_{2018} = \frac{922884}{1382524 + 96113} = 0,6241$

Також слід зазначити, що фінансовий стан підприємства не може бути стійким, якщо воно не отримує прибутку у розмірах, що забезпечують необхідний приріст фінансових ресурсів, спрямованих на зміцнення матеріально-технічної бази підприємства та його соціальної сфери. Пошук резервів, які можуть бути використані для поліпшення фінансового стану підприємства, проводиться шляхом ґрунтовного аналізу всіх складників його діяльності [6].

Система заходів для підтримки фінансового стану на високому рівні повинна передбачати [7]:

- постійний моніторинг зовнішнього і внутрішнього стану підприємства;
- розроблення заходів зі зниження зовнішньої вразливості підприємства;
- упровадження планів практичних заходів у разі виникнення кризової ситуації, прийняття ризикових і нестандартних рішень у разі відхилення розвитку ситуації [8];

– координацію дій усіх учасників і контроль над виконанням заходів та їх результатами;

– пріоритетність напрямів та горизонти планування змін у фінансовому стані суб'єктів підприємства, у разі наявності складного фінансового стану необхідно в першу чергу планувати поточний стан та застосовувати інструментарій тактичного контролінгу;

– контроль реалізації запланованих заходів для формування переліку змін, які доцільно внести в плани із забезпечення фінансової стабільності підприємства з метою підвищення її рівня;

– планування, що має носити не одноразовий характер, а безперервно реагувати на зміни зовнішнього середовища; плани заходів із забезпечення фінансової стабільності підприємства повинні бути достатньо гнучкими.

Саме за таких умов можна забезпечити систему моніторингу кожного зі складників позитивного фінансового стану підприємств, яка змогла б надати можливість оптимізувати її відповідно до перспектив розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, аналіз фінансового стану підприємства дає змогу оцінити інформацію про ефективність його діяльності. Комплексна оцінка стану підприємства передбачає визначення економічного потенціалу суб'єкта, аналізуючи при цьому показники фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності та рентабельності. Перспективою подальших досліджень може стати пошук більш глибоких напрямів поліпшення фінансового стану підприємств, а також визначення шляхів виходячи з напрямку діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 9. С. 92–98.
2. Офіційний сайт ПАТ «Турбоатом». URL : <https://www.turboatom.com.ua/> (дата звернення: 21.01.2020).
3. Коняшова А.В. Показники оцінки функціональних складових економічної стійкості розвитку підприємства. *Економіка*. 2013. № 8. С. 123–128.
4. Сич О.А. Дискримінантний аналіз і його застосування в прогнозуванні банкрутства підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 2.
5. Хринюк О.С., Бова В.А. Моделі розрахунку ймовірності банкрутства як метод оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*.

2018. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6121> (дата звернення: 21.01.2020).

6. Ладунка І.С., Кучеренко Є.А. Шляхи покращення фінансового стану підприємств в сучасних економічних умовах. *Економіка і суспільство*. 2016. № 15. С. 185–188.

7. Петренко В.С. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства. *International scientific journal*. 2015. № 8. С. 139–142. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2015_8_34 (дата звернення: 21.01.2020).

8. Рудницька О.М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2009. № 639. С. 132–138.

REFERENCES:

1. Obushhak T.A. Sutnistj finansovogho stanu pidpryjemstva [The essence of the financial condition of the enterprise. *Aktualjni problemy ekonomiky*. 2007. vol. 9, pp. 92–98.
2. Oficijnyj sajт PAT "Turboatom". Available at: <https://www.turboatom.com.ua/> (accessed 21 January 2020).
3. Konjashova A.V. Pokaznyky ocinky funkcionallynykh skladovykh ekonomichnoji stijkosti rozvytku pidpryjemstva. *Ekonomika*. 2013. vol. 8 pp. 123-128.
4. Sych O. A. Dyskryminantnyj analiz i jogho zastosuvannja v prohnozuvanni bankrutstva pidpryjemstva [Discriminant analysis and its application in bankruptcy forecasting]. *Molodyj vchenyj*. 2017. vol. 2.
5. Khrynjuk O. S., Bova V. A. Modeli rozrakhunku jmovirnosti bankrutstva jak metod ocinky finansovogho potencialu pidpryjemstva [Bankruptcy likelihood calculation models as a method of assessing an entity's financial potential]. *Efektivna ekonomika*. 2018. vol. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6121>(accessed 21 January 2020).
6. Ladunka I.S., Kucherenko Je.A. Shljakhy pokrashhennja finansovogho stanu pidpryjemstv v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Ways to improve the financial condition of enterprises in today's economic environment]. *Ekonomika i suspiljstvo*. 2016. vol. 15. pp. 185-188.
7. Petrenko V. S. Ocinka ta shljakhy pokrashhennja finansovogho stanu pidpryjemstva [Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства]. *International scientific journal*. 2015. vol. 8. pp. 139-142. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2015_8_34 (accessed 21 January 2020).
8. Rudnycjka O.M. Shljakhy pokrashhennja finansovogho stanu ukrajinsjkykh pidpryjemstv [Ways to improve the financial condition of enterprises in today's economic environment]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu "Lvivjsjka politehnika" : Zbirnyk naukovykh pracj*. 2009. vol. 639. pp. 132-138.

ПЛАН-ФАКТНИЙ БІЗНЕС-АНАЛІЗ У СЕРЕДОВИЩІ MICROSOFT POWER BI BUSINESS FACT PLAN-ANALYSIS AT MICROSOFT POWER BI

УДК 330.46:339.138

<https://doi.org/10.32843/infrastructure39-43>**Шіковець К.О.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Квіта Г.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Безсмертна Ю.С.

студентка
Київський національний університет
технологій та дизайну

Shikovets Catherine

Kyiv National University
of Technologies and Design

Kvita Galina

Kyiv National University
of Technologies and Design

Bezsmertnaya Julia

Kyiv National University
of Technology and Design

У статті розкривається поняття план-фактного бізнес-аналізу. Визначено, що для поліпшення бізнес-процесів компаніям необхідно щомісяця контролювати виконання бюджетів та порівнювати фактичні результати із запланованими показниками діяльності. У разі відхилень від попередніх прогнозів необхідно оперативно виявити причини та запропонувати шляхи подолання кризової ситуації. Для вирішення даних завдань пропонується застосовувати Power BI – комплексне програмне забезпечення бізнес-аналізу компанії Microsoft, що об'єднує кілька програмних продуктів, які мають загальний технологічний і візуальний дизайн, з'єднувачів, а також вебсервісів. Причому Power BI має безліч вбудованих конекторів до різних сервісів і баз даних, за допомогою яких можна завантажити в програму потрібний набір даних із різних джерел, зв'язати їх між собою і побудувати консолідовані звіти та діаграми. Із використанням інструментів Power BI для проведення бізнес-аналізу підприємства отримують моніторинг розвитку реальних подій. У фахівців є можливість регулярно в режимі онлайн з'являти контрольні показники, які були заплановані й досягнуті. У результаті підвищуються ефективність підприємства і швидкість реакції на зміну ринкових умов.

Ключові слова: план-фактний аналіз, Power BI, бізнес-аналіз.

В статті розкривається поняття план-фактного бізнес-аналізу. Определено, что

для улучшения бизнес-процессов компаниям необходимо ежемесячно контролировать выполнение бюджетов и сравнивать фактические результаты с запланированными показателями деятельности. В случае отклонений от предыдущих прогнозов необходимо оперативно выявить причины и предложить пути преодоления кризисной ситуации. Для решения данных задач предлагается применять Power BI – комплексное программное обеспечение бизнес-анализа компании Microsoft, которое объединяет несколько программных продуктов, имеющих общий технологический и визуальный дизайн, соединителей, а также веб-сервисов. Причем Power BI имеет множество встроенных коннекторов к различным сервисам и баз данных, с помощью которых можно загрузить в программу нужный набор данных из различных источников, связать их между собой и построить консолидированные отчеты и диаграммы. С использованием инструментов Power BI для проведения бизнес-анализа предприятия получают мониторинг развития реальных событий. У специалистов есть возможность регулярно в режиме онлайн сопоставлять контрольные показатели, которые были запланированы и достигнуты. В результате повышаются эффективность предприятия и скорость реакции на изменение рыночных условий.

Ключевые слова: план-фактный анализ, Power BI, бизнес-анализ.

The article reveals the concept of plan-based business analysis. It is determined that in order to improve business processes, companies need to monitor budget execution on a monthly basis and compare actual results with planned performance. In case of deviations from previous forecasts, the reasons should be promptly identified and ways of crisis management should be proposed. It is established that the application of the systematic practice of budgetary analysis to the aforementioned list facilitates: regular obtaining of the most complete conclusions about the reasons for deviations from the plan; comprehensive generalization of reserves to improve production and economic activity and increase its efficiency; making timely adjustments to tactical and strategic management decisions already made; improvement of planning in the next budget cycles; creation of a real analytical mechanism for organizing the system of economic and personal motivation in the organization. Improving the methodological aspects of the analytical budgeting infrastructure requires both organizational and information problems to be addressed. One of the main and typical problems in setting the budget method is a well-established management accounting system. Attempts to adapt the accounting system to management needs are generally appropriate as a temporary measure in the design and implementation stages of budgeting, but are not justified in the long run. Power BI is a comprehensive business analysis software from Microsoft that combines several software products with common technological and visual design, connectors, and web services. And Power BI has many built-in connectors to different services and databases, through which you can download the required set of data from different sources, link them to each other and build consolidated reports and charts. Using Power BI tools for business analysis, businesses get real-world monitoring. Specialists have the opportunity to regularly compare online benchmarks that have been planned and achieved online. As a result, the efficiency of the enterprise and the speed of reaction to changing market conditions are increased.

Key words: plan-fact analysis, Power BI, business analysis.

Постановка проблеми. Сучасний ринок характеризується високою невизначеністю товарів, тому в будь-який момент компанія може зіткнутися зі зміною вартості ресурсів або продукції. Змінюються курси іноземної валюти, а отже, плани клієнтів на закупки, що залежать від них. В інфраструктуру більшості компаній уже впроваджена й успішно працює система, що дає змогу вести управлінський облік і планування. Однак цей інструмент не виконує аналіз того, чи будуть досягнуті компанією заплановані показники, за якими можна оцінити її діяльність. Бюджет зазвичай передбачає певний рівень відхилення від

прогнозованих показників та їх граничне значення. Якщо поточна ситуація виходить за рамки цього ліміту, компанія ризикує своїми короткостроковими і довгостроковими цілями і навіть стратегією.

Однак регулярне проведення фінансово-економічного аналізу діяльності підприємства неможливе без сучасних інформаційних систем, що дають змогу накопичувати облікові дані й обробляти їх, формуючи аналітичну звітність. Застосування сучасних засобів автоматизації дає змогу знизити ризики, пов'язані з людським чинником, зробити звітність оперативною і достовірною, проводити бізнес-аналіз у тих розрізах, які

необхідні керівнику з урахуванням його персональних потреб. Тому сьогодні підприємства орієнтуються на використання сучасних аналітичних систем, які дають змогу швидко обробити великі обсяги даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у розроблення теоретичних та методичних аспектів план-фактного аналізу бюджету підприємства зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: В.Н. Каразін, М.І. Туган-Барановський, І.І. Каракоза, М.І. Ковальчук, Г.Т. Лещенко, О.А. Бугуцька, Ю.Я. Литвин, Я. Тімберген, Р. Клейн.

Постановка завдання. Для поліпшення бізнес-процесів компаніям необхідно щомісяця контролювати виконання бюджетів і порівнювати фактичні результати із запланованими показниками діяльності. У разі відхилень від попередніх прогнозів необхідно зайнятися оперативним пошуком їх причини, а також способом безболісного подолання кризової ситуації.

За статистикою 70% організацій обмежуються звітами і не роблять план-фактний аналіз. У 20% організацій його проводять, але не використовують під час прийняття рішень. І тільки 10% управлінців відштовхуються від даних план-фактного аналізу.

Варто зазначити, що результати та висновки план-факт аналізу стануть необхідним базисом для прийняття рішень: керівництвом фінансової служби, підрозділами зі стратегічного планування та аналізу; керівництвом відділу з бюджетування і фінансового аналізу; керівництвом і співробітниками служби з фінансового контролю; топ-менеджментом і акціонерами; генеральним, виконавчим і фінансовим директором.

Однак якщо план-фактний аналіз стає головним помічником, необхідно розуміти галузь його можливого застосування.

Формуючи бюджет на наступний рік, квартал або інший період часу, компанія відштовхується від так званих вхідних параметрів. У них екстраполюються тенденції і відображаються умови, які реально існують: ціни та їх рівні, виробництво і продаж, валютні котирування та ін. У періоди кризи вхідні параметри піддаються додатковим коливанням, які повинні бути обов'язково враховані під час аналізу.

Якщо в компанії досить поширена ситуація сильного відхилення фактичних даних від тих, що були заплановані, керівництву варто обов'язково розібратися в причинах цих відхилень. Серед останніх найбільш поширена навмисна зміна одного вхідного параметра або навіть декількох. Найчастіше так маскуються розкрадання.

План-фактний аналіз допоможе визначити зловмисні дії співробітників. Наприклад, навмисне зменшення прибутку за допомогою підвищення величини собівартості або завищені ціни

закупівель матеріалів і сировини. Таким чином, правильно застосувавши інструментарій план-факт аналізу, керівництво зможе розібратися в причинах відхилень показників від запланованих.

Проведення план-фактного аналізу на постійній основі дасть змогу підвищити оперативність реакції не тільки на внутрішні, а й на зовнішні процеси. Приймайте до уваги ці дані, професійно аналізуйте їх, і тоді рішення випередять конкурентів.

Інформація править світом, тому аналізуйте бюджети і виявляйте чинники і закономірності, пов'язані: з гнучкістю системи складання бюджетів; зі стратегією та цілепокладанням; з операційним управлінням; з управлінням ризиками; із системою мотивації співробітників.

Процедури план-фактного аналізу виконуються у різних інформаційно-аналітичних системах. Зокрема, у статті розглянуто можливості аналітичної системи Microsoft Power BI на прикладі реалізації план-фактного бізнес-аналізу підприємства з реалізації квітів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

План-фактний аналіз – це періодичне зіставлення запланованих у бюджеті показників (складених і затверджених прогнозів на бюджетний період) із фактичними показниками, оцінка та аналіз виявлених відхилень (в абсолютному або відносному виразі). Багато компаній не займаються плануванням або розглядають складання планів як обов'язок, не розуміючи, для яких цілей це можна використовувати [1; 2].

Система обліку показує фактичну інформацію про ведення, тобто підсумкові дані, на результат яких вже неможливо вплинути, тоді як під час планування вже на етапі прогнозування можливо виявити деякі помилки і недоліки в поточній роботі [3; 4].

У процесі планування основною метою є виявити недоліки і затримки в ході різних робіт. Практика показує, що за грамотного планування можна виявити безліч нюансів, розглянувши які можна оптимізувати бізнес-процеси, зменшити витрати, оптимізувати діяльність і підвищити ефективність роботи. Якщо зараз у компанії немає проблем із поставками і відвантаженнями, то це не гарантує того, що роботи на всіх цих ділянках оптимізовані й ефективні. Можливо, існуючі відхилення і проблеми в ході тієї чи іншої виробничої діяльності в даний момент не роблять істотного і помітного впливу на процеси і поки не сильно впливають на поточну роботу. Але, як правило, такі проблеми проявляються у найбільш невідповідний момент, коли немає часу на пошук даних для прийняття рішення [4].

Сьогодні підприємства орієнтуються на використання сучасних аналітичних систем, які дають змогу швидко обробити великі обсяги даних.

Power BI (Business Intelligence) – це комплексне програмне забезпечення бізнес-аналізу компанії

Microsoft, що об'єднує кілька програмних продуктів, які мають загальний технологічний і візуальний дизайн, з'єднувачів, а також вебсервісів. PowerBI відноситься до класу self-serviceBI [5].

Power BI має безліч убудованих конекторів до різних сервісів і баз даних, за допомогою яких можна завантажити в програму потрібний набір даних із різних джерел, зв'язати їх між собою і побудувати консолідовані звіти і діаграми (табл. 1). Окрім того, є можливість підключення з «хмари» (Power BI Report Server).

Можливості візуалізації Power BI [6]: лінійчата діаграма з накопиченням; гістограма з накопиченням; лінійчата діаграма з угрупованням; гістограма з угрупованням; нормована лінійчата діаграма; нормована гістограма; графік; діаграма з областями; діаграма з областями з накопиченням; лінійна гістограма і гістограма з накопиченням; лінійна гістограма і гістограма з угрупованням; каскадна діаграма; точкова діаграма; кругова діаграма; діаграма дерева; карта; таблиця; матриця; заповнена карта; воронка; датчик; багаторядкова картка; картка; ключовий показник ефективності; зріз; кільцевої графік; візуальний елемент r-script (на даний момент включається в параметрах програми).

Також Power BI дає змогу створювати зрозумілі звіти й оновлювати їх у режимі реального часу, забезпечувати широкий доступ із будь-якого комп'ютера, створювати запити та моделі даних, користуватися «конструктором штучного інтелекту» та публікувати звіти.

Розглянемо приклад застосування деяких інструментів Power BI для виконання план-фактного бізнес-аналізу [6; 7].

План-фактний бізнес-аналіз – це періодичне співставлення запланованих у бюджеті показників (складених і затверджених прогнозів на бюджетний період) із фактичними звітними показниками; оцінка та аналіз виявлених відхилень в абсолютних та відносних значеннях; виявлення чинників, які вплинули на відхилення [5].

План-фактний бізнес-аналіз використовується для планування та контролю виконання бюджету – найважливіших функцій бюджетування будь-якої господарської діяльності. Важливою особливістю план-фактного бізнес-аналізу є регулярність його проведення: під час всього бюджетного періоду відслідковується фактичне виконання планів та аналізується ситуація. Це дає змогу оперативно приймати управлінські рішення та забезпечувати ефективність планування [7].

Виконаємо план-фактний бізнес-аналіз на PowerBI для підприємства, яке займається реалізацією різних видів квітів у різних регіонах області. Реалізацією займаються різні продавці. Під час запуску Power BI Desktop указується джерело даних та натискається кнопка «Підключитися». У стартовому вікні Power BI підключаємося до вхідних даних та завантажуюємо їх в аналітичну систему (рис. 1).

На рис. 1 відображено попередній огляд вмісту вибраного файлу. Натиснення кнопки «Змінити» в «Редакторі запитів» надає можливість підготувати дані. Наприклад, можна застосувати додаткові фільтри, щоб виключити непотрібні типи файлів.

Переходимо в режим підготовки звітів. На панелі «Поля» відображаються всі нами відібрані раніше стовпці книги, які є тепер у моделі даних. На панелі «Візуалізація» вибираємо захопленням правої кнопки миші полів «Дата», «План», «Факт» і перетягуємо в робочу область звіту. Вибираємо тип візуалізації «Діаграма з областями» (рис. 2).

Побудована діаграма відображає, що в загалом підприємство виконує план, оскільки планові і фактичні витрати практично збігаються з невеликими відхиленнями (рис. 3).

Подальший аналіз засвідчив, що по видах квітів «Тюльпани», «Лілії», «Троянди» (рис. 4) ситуація позитивна, бо фактичні витрати на реалізацію навіть менші, ніж були заплановані.

Однак можна спостерігати негативну ситуацію по видах квітів «Гвоздики» та «Хризантеми»: фактичні витрати на реалізацію перевищують

Таблиця 1

Конектори Power BI

Група «Файл»	Група «База даних»	Група Azure	Група «Інше»
Excel; CSV; XML; Текст; JSON; Папка	SQL Server; Access; SQL; Server Analysis Service; Oracle; IBM DB2; MySQL; PostgreSQL; Sybase; Teradata; SAP HANA	База даних Microsoft Azure SQL; Microsoft Azure Marketplace; Microsoft Azure HD Insight; Хранилище BLOB-об'єктів; Табличне хранилище Microsoft Azure; Azure HD Insight Spark; Microsoft Azure DocumentDB; Хранилище озера даних Microsoft Azure	Інтернет; Список SharePoint; Канал OData; Файл Hadoop; Active Directory; Microsoft Exchange; Dynamics CRM online; Facebook; Google Analytics; Об'єкти Salesfore; Звіти Salesforce; ODBC; R-скрипт; appFigures; GitHub; MailChimp; Marketo; QuickBookOnline; Smartsheets; SQL Sentry; Stripe; SweetIQ; Twilio; Zendesk; Spark; Порожній запит

Навігатор

Отобразити параметры

- данні.xlsx [3]
- Лист1
- Лист2
- Лист3

Лист1

Точка	Продавець	Кейти	Дата	Витрати План	Витрати Факт
Схід	Олена	Тюльпани	01.01.2019	1200	1300
Північ	Наталія	Гвоздики	01.01.2019	900	900
Південь	Олена	Тюльпани	01.01.2019	1500	1500
Південь	Марина	Тюльпани	01.01.2019	1400	600
Захід	Марія	Тюльпани	03.01.2019	1500	1500
Схід	Олена	Гвоздики	04.01.2019	1300	2000
Захід	Наталія	Хризантеми	04.01.2019	1500	1200
Північ	Світлана	Гвоздики	04.01.2019	700	900
Південь	Марина	Лілії	04.01.2019	1100	1100
Захід	Марина	Хризантеми	05.01.2019	700	700
Захід	Марія	Гвоздики	05.01.2019	800	900
Південь	Альона	Троянди	05.01.2019	1300	1300
Південь	Світлана	Тюльпани	05.01.2019	600	300
Схід	Валерія	Гвоздики	06.01.2019	1200	1900
Захід	Марина	Хризантеми	06.01.2019	1500	1800
Захід	Світлана	Троянди	06.01.2019	600	700
Південь	Наталія	Тюльпани	06.01.2019	1400	700
Південь	Світлана	Лілії	06.01.2019	1300	1300
Схід	Марина	Хризантеми	07.01.2019	700	800
Захід	Марія	Гвоздики	07.01.2019	1900	1400
Захід	Наталія	Лілії	07.01.2019	1000	960
Захід	Світлана	Хризантеми	07.01.2019	1500	960
Схід	Марія	Хризантеми	08.01.2019	1200	2000
Південь	Олена	Тюльпани	08.01.2019	1200	1200

Завантажити Преобразовать данные Отмена

Рис. 1. Вибірка даних

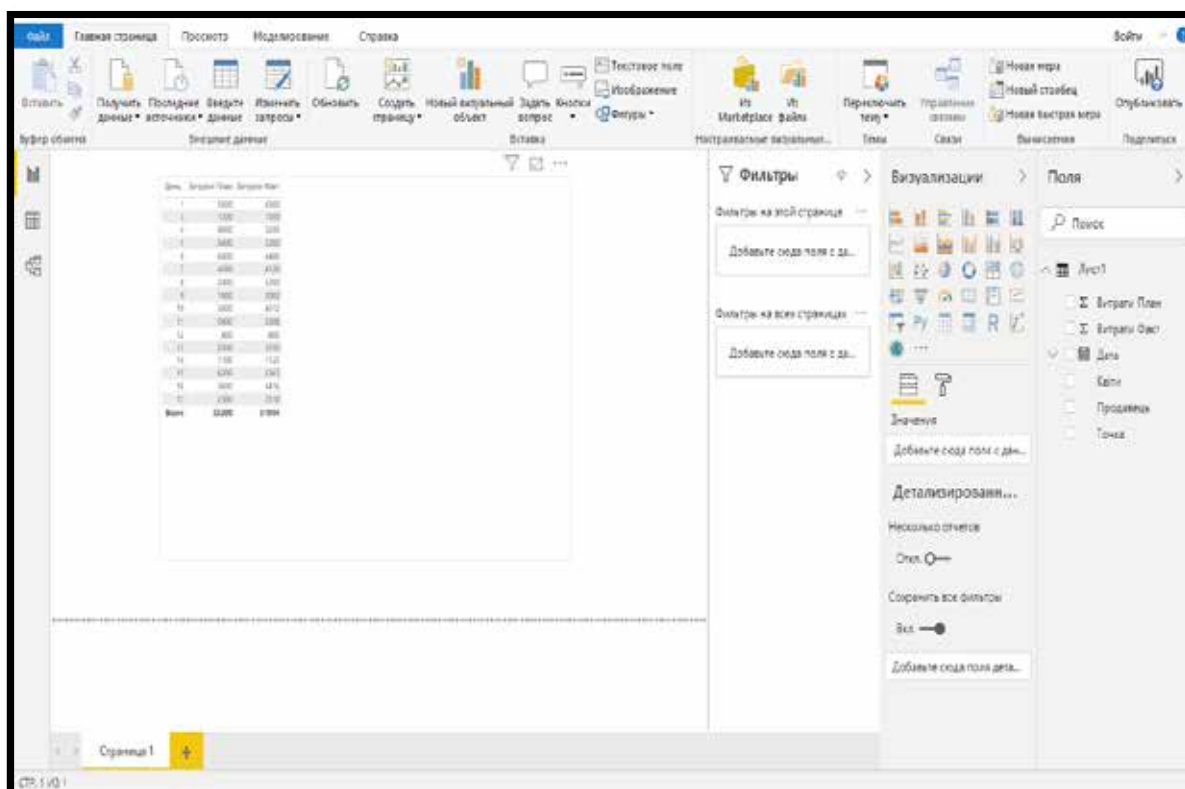


Рис. 2. Побудова Діаграми з областями

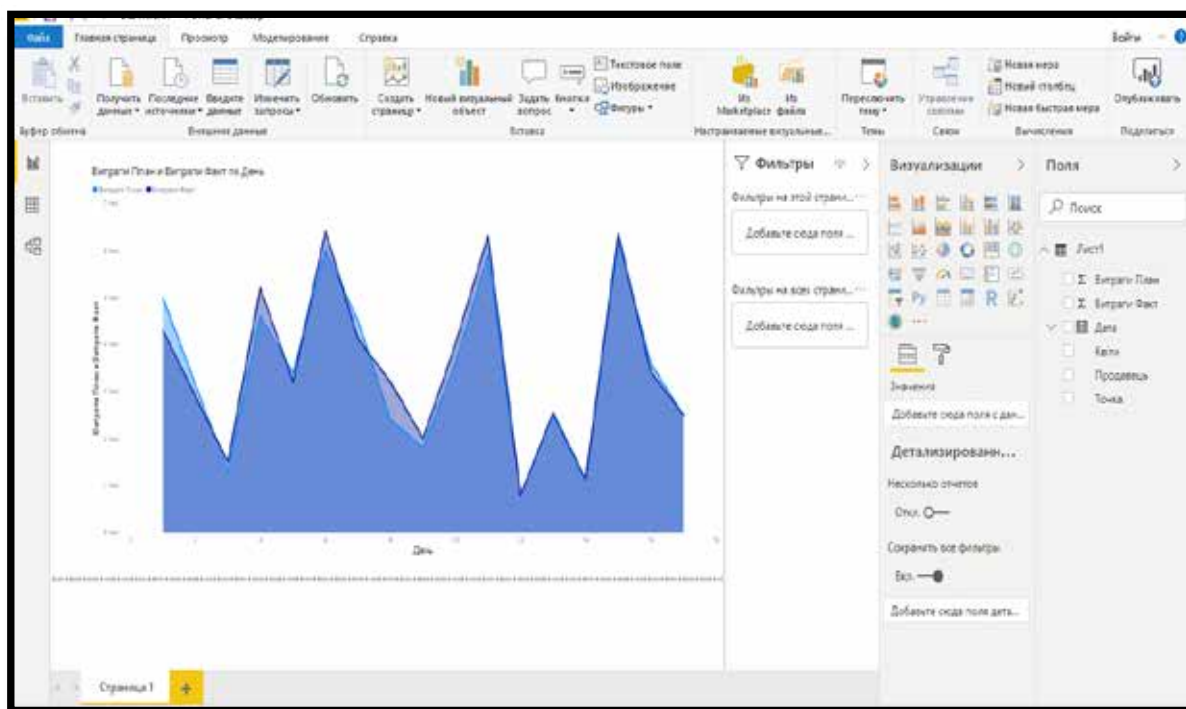


Рис. 3. Діаграма з областями без фільтрації по видах квітів

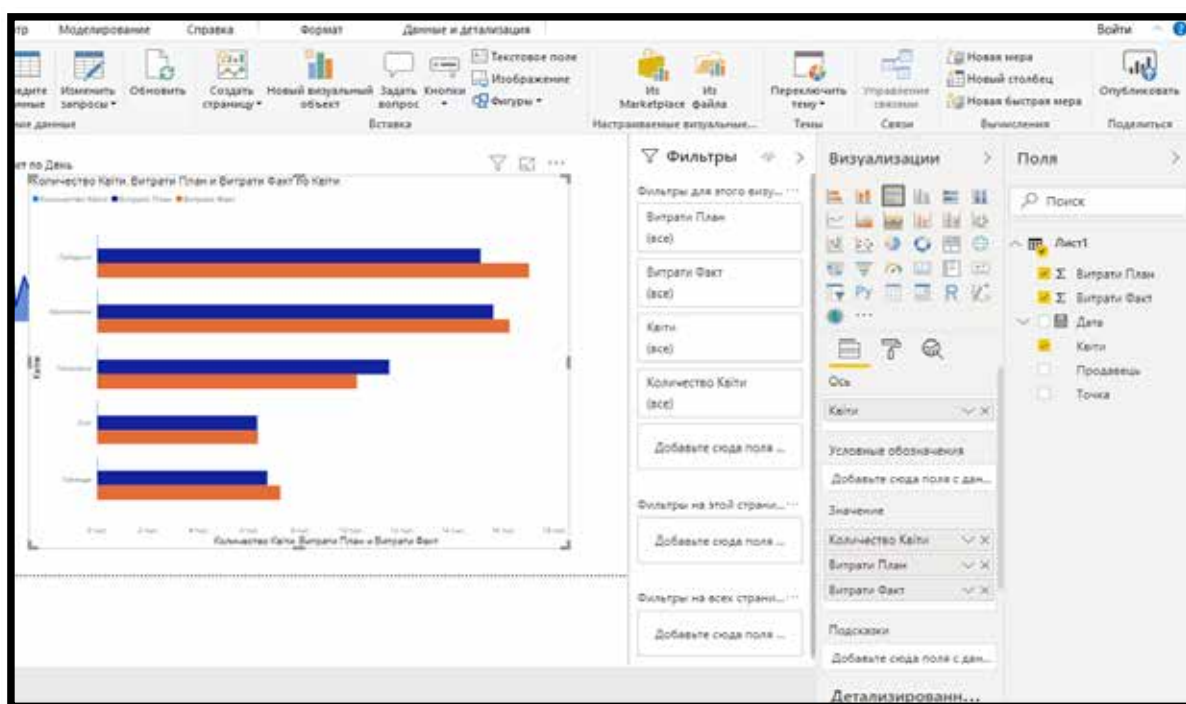


Рис. 4. Лінійчаста діаграма порівняння планових і фактичних витрат у розрізі видів квітів

заплановані. Це означає, що необхідно шукати причини такої різниці показників та застосовувати відповідні міри для їх поліпшення.

Лінійчаста діаграма порівняння планових і фактичних витрат у розрізі продавців (рис. 5) дасть змогу проаналізувати, яким працівникам у даному місяці не буде виплачуватися премія, оскільки

вони допустили перевищення витрат на реалізацію, а саме Олені, Марії, Валерії та Тамарі.

Дешборд діаграм (рис. 6) показує, що в Power BI можна зручно розташовувати діаграми та графіки на одному листі і, таким чином, тримати інформацію в одному місці, що дає змогу сприймати інформацію більш наочно та оперативно.

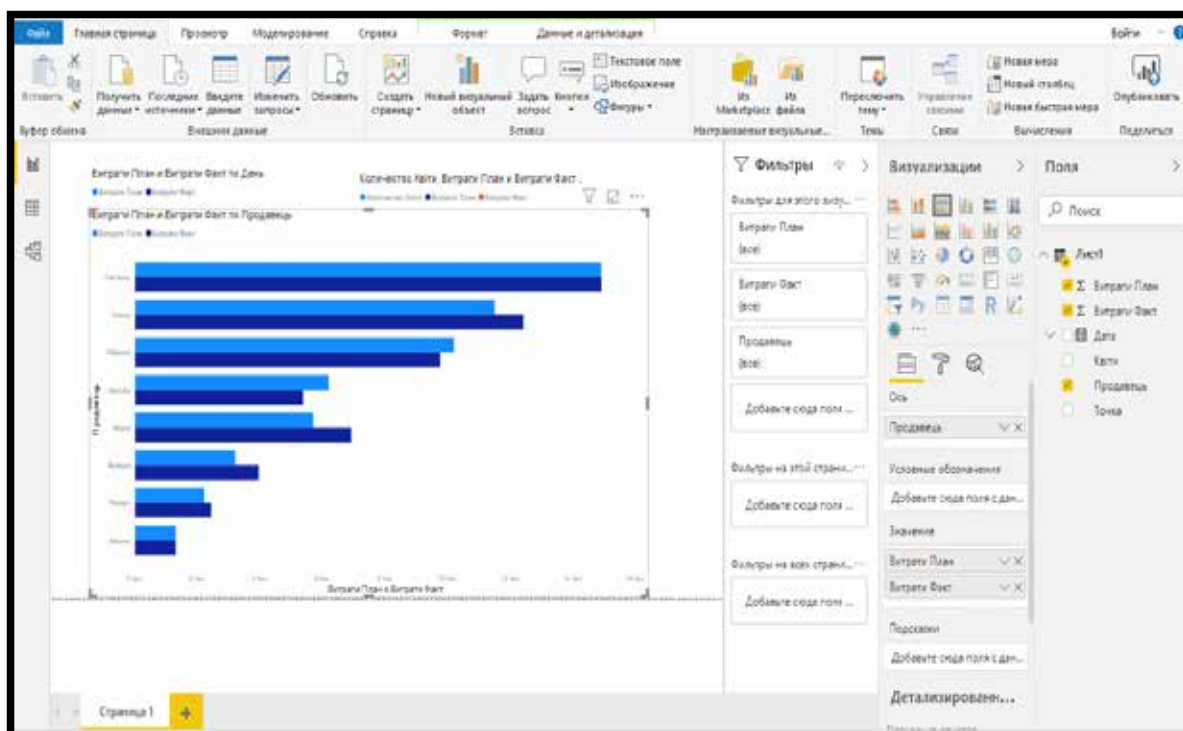


Рис. 5. Лінійчаста діаграма порівняння планових і фактичних витрат у розрізі продавців

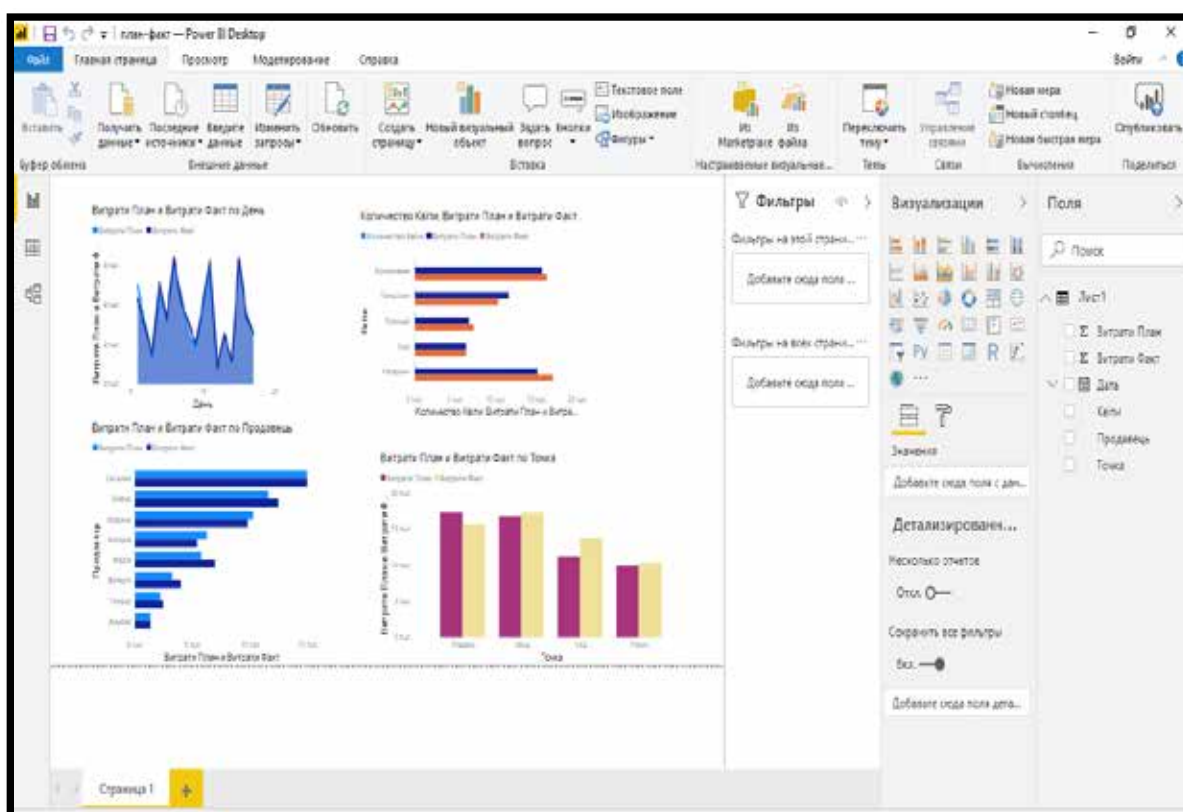


Рис. 6. Дешборд діаграм

Дешборд діаграм (рис. 6) можна асоціювати зі звітом про вирішення проблем A3, адаптований із Toyota, який є корисним інструментом

сучасних бізнес-аналітиків. Він одночасно документує основні результати зусиль із вирішення проблем у стислій формі та втілює ґрунтовну

методологію вирішення проблем, яка починається з глибокого розуміння того, як виконується робота в даний час.

Висновки з проведеного дослідження.

Підприємства зменшують ризики прийняття необ'єктивних управлінських рішень, проводячи бізнес-аналіз із використанням сучасних аналітичних систем. У статті розглянуто можливість проведення план-фактного аналізу на платформі Power BI. До переваг PowerBI у контексті план-фактного аналізу варто віднести: незалежність, а саме можливість самостійної зміни типу звітів за принципом «тут і зараз», яка знижує залежність бізнес-аналітиків від співробітників департаменту ІТ; простоту, яка дає змогу створювати необхідні звіти в потрібному форматі (таблиці, графіки) всього в кілька кліків; різноманітність, а саме додавання нових джерел фактів і планів, а також велика кількість прогнозів.

Використовуючи інструменти Power BI для проведення бізнес-аналізу, підприємства отримують моніторинг розвитку реальних подій. Фахівці можуть регулярно в режимі онлайн зіставляти контрольні показники, які були заплановані і досягнуті. У результаті підвищуються ефективність підприємства і швидкість реакції на зміну ринкових умов.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика. Москва : Перспектива, 2004. 650 с.
2. Вахрушина М.А. Управленческий анализ : учебное пособие. Москва : Омега-Л, 2005. 432 с.
3. Камышов П.И., Камышов А.П. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: составление и анализ ; изд. 2-е, испр. и доп. Москва : Омега-Л, 2003.
4. Свердлина Е.Б. Аналитическая инфраструктура бюджетирования в организации. Омск : ОГУ им. Ф.М. Достоевского. 2008. № 4. С. 124–126
5. Power BI : вебсайт. URL : https://www.wikipedia.org/wiki/Power_BI (дата звернення: 23.08.2019).
6. Селезньова О. Как работать с Power BI. URL : <https://netpeak.net/ru/blog/Kak-rabotat-s-microsoft-power-bi-podrobnoe-rukovodstvo/> (дата звернення: 28.08.2019).
7. Соловйов Д. Простой план-фактный анализ в PowerBIDesktop. URL : <https://m.habr.com/ru> (дата звернення: 15.08.2019).

REFERENCES:

1. Stoyanova E.S. (2004) Finansovyy menedzhment [Financial Management: theory and practice]. Moskva: Izd-vo "Per- spektiva".
2. Vakhrushina M.A. (2005) Upravlencheskiy analiz [Managerial analysis] Moskva: Omega-L.
3. Kamyshev P.I., Kamyshev A.P. (2003) Bukhgalterskaya (finansovaya) otchetnost': sostavlenie i analiz. [Accounting (financial) statements: preparation and analysis] Moskva: Omega-L.
4. Sverdlina E.B. (2008) Analiticheskaya infrastruktura byudzhetrovaniya v organizatsii [Analytical budgeting infrastructure in the organization] OGU im. F.M. Dostoevskogo.no 4., pp. 124–126. (in Russian)
5. Power BI. [Power BI]. Available at: https://www.wikipedia.org/wiki/Power_BI (accessed 23 August 2019).
6. Selez'nova O. Kak rabotat' s Power BI [How to work with Power BI] Available at: <https://netpeak.net/ru/blog/Kak-rabotat-s-microsoft-power-bi-podrobnoe-rukovodstvo/> (accessed 28 August 2019).
7. Solovyov D. Prostoyplan-faktnyy analiz v PowerBIDesktop [A simple plan-fact analysis in PowerBIDesktop] Available at: <https://m.habr.com/ru> (accessed 15 August 2019).

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

МОДЕЛЮВАННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ КЛІЄНТА MODELLING CLIENT'S CREDITABILITY

УДК 519.86:336.77

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-44>

Аверкина М.Ф.

д.е.н., професор,
професор кафедри економіко-
математичного моделювання
та інформаційних технологій
Національний університет
«Острозька академія»

Октисюк Є.В.

студент
Національний університет
«Острозька академія»

Averkyna Maryna

The National University
of Ostroh Academy
Oktysiuk Yevhenii

The National University
of Ostroh Academy

Статтю присвячено моделюванню кредитоспроможності клієнта з використанням логістичної регресії. Сьогодні дуже багато українських банків і кредитних компаній зіштовхуються із ситуацією неповернення кредитів чи прострочок по виплатах. Така ситуація є негативним процесом, оскільки впливає на виконання однієї з найважливіших функцій банківської системи – акумулювання коштів та ефективний їх розподіл між суб'єктами економічної діяльності. Для цього у статті розглянуто підходи до визначення поняття «кредитоспроможність», проведено їх узагальнення, порівняння і класифікацію. Представлено авторське розуміння поняття «кредитоспроможність». Висвітлено особливості побудови логістичної регресії як методу оцінки кредитоспроможності клієнта; здійснено первинну роботу з даними і на їхній основі побудовано логістичну модель, яка дає можливість прогнозувати кредитоспроможність клієнта – фізичної особи банку. На основі результатів моделі зроблено висновки та надано відповідні рекомендації для комерційних банків.

Ключові слова: кредитоспроможність, регресія, логістична регресія, позичальник, дефолт, прострочка.

Стаття посвящена моделированию кредитоспособности клиента с использова-

нием логистической регрессии. Сегодня очень много украинских банков и кредитных компаний сталкиваются с ситуацией невозврата кредитов или просрочек по выплатам. Такая ситуация является негативным процессом, так как влияет на выполнение одной из важнейших функций банковской системы – аккумулярование средств и их эффективное распределение между субъектами экономической деятельности. Для этого в статье рассмотрены подходы к определению понятия кредитоспособности, проведено их обобщение, сравнение и классификация. Представлено авторское понимание концепции кредитоспособности. Освещены особенности построения логистической регрессии как метода оценки кредитоспособности клиента; осуществлена первичная работа с данными и на их основе построена логистическая модель, которая дает возможность прогнозировать кредитоспособность клиента – физического лица банка. На основании результатов модели сделаны выводы и даны соответствующие рекомендации для коммерческих банков.

Ключевые слова: кредитоспособность, регрессия, логистическая регрессия, заемщик, дефолт, просрочка.

A loan is an inseparable part of current economic system. The loaning is a main and one of the most dynamical activities, which banks do. Giving loans helps solve many social problems. For instance, improving life conditions, increasing payable demand and growing extent of gross domestic product. On the other hand as well banks can boost their financial results through gained incomes from money sold out. When a bank gives a loan it constantly tries to predict whether this client will pay back or default. So giving a loan is a risky business if a recipient doesn't want to pay back or can't. And if a bank does give a loan it loses money. Although there can be a situation when a bank doesn't give a loan to an honest client and finally it has alternative expenditure. Therefore banks need to boost predicting client's creditability. There have been many delinquencies and defaults in banking system of Ukraine recently. The banks face severe losses. Therefore it's vital to provide banks with reliable instrument for defining client's creditability in order economy function healthy as this instrument will boost financial results of the bank. On the other hand it will solve certain social problems. There many different methods to predict creditability. One of them is logistic regression. It is getting more and more popular recent time in Ukraine. Logistic regression is a sort of multiple regression that describes relationship between independent variables (factor variables) and dependent variables (resulting variable). Binary logistic regression is a regression with resulting variable that can have only two means. In our case it's default or non-default of a borrower. We got model with six variables in the process of modeling. We made the recommendations for a commercial bank based on each variable in the model. In the article there are considered approaches for defining the concept of creditability; theoretical aspects of logistic regression's building; the data was initially analyzed and built logistic model that predicts creditability of individual-client bank. There were made recommendations for a commercial bank based on model.

Key words: creditability, regression, logistic regression, borrower, default, delinquency.

Постановка проблеми. Ринковій економіці як економічній системі в Україні притаманна зрілість банківської системи і кредитних відносин. Розвиненість цієї ланки економічної системи уможливує вдосконалення і полегшення господарської діяльності для економічних суб'єктів шляхом надання грошей у користування. При цьому банківська установа, в яку приходять позичальник, стикається з дилемою – надати чи не надати кредит, оскільки, надавши кредит ненадійному позичальнику, який не зможе чи не захоче повернути кредит, банк утратить свої гроші, а не надавши

кредит хорошому позичальнику, банк утрачає можливості заробити гроші. Таким чином, перед банком постає проблема оцінки кредитоспроможності клієнта, тобто точна ідентифікація надійних і ненадійних клієнтів. Це зумовлює побудову відповідної моделі та визначення критеріїв до оцінювання кредитоспроможності клієнта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що банківська система України порівняно з банківськими системами європейських країн чи Сполучених Штатів Америки є доволі молодою, тим не менше багато вітчизняних

науковців присвятили значну кількість своїх праць досліджуваній проблематиці. Дослідженням кредитоспроможності займалися такі вітчизняні вчені, як М. Белих, Л.Т. Гиляровська, Т.Д. Косова, О.І. Лаврушин, В.Д. Лагутін, Л.А. Лахтіонова, О.О. Олійник, А.І. Поезднік, Л.О. Примостка, В.Г. Федоренко, В.В. Хрестинін [4–7]. І.Г. Брітченко і О.Г. Момот, досліджуючи скоринг, визначили його як систему оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника. Ця оцінка базується на числових статистичних методах, які застосовуються на різних етапах взаємовідносин між кредитором (банком) і позичальником (клієнтом). За результатами набраних балів скорингова система самостійно пропонує рішення про погодження чи відмову у видачі кредиту [1].

Г.І. Великоіваненко досліджувала наявні підходи до оцінювання кредитоспроможності позичальників комерційного банку, визначення адекватного математичного інструментарію моделювання скорингових систем щодо оцінювання кредитоспроможності позичальників комерційного банку [2].

А.М. Герасимович досліджує процес аналізу й оцінювання кредитоспроможності клієнта, а також аналізує якісні та кількісні показники, використовані для оцінювання кредитоспроможності [3].

Таким чином, прослідковується глибоке теоретичне підґрунтя означеного питання. Проте вважаємо за необхідне констатувати малу кількість практичних напрацювань із виявлення реальних чинників, які впливають на кредитоспроможність позичальника – фізичної особи.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття суті поняття «кредитоспроможність»; опис методу логістичної регресії, який використовується для моделювання кредитоспроможності; проведення моделювання і визначення основних чинників, які впливають на кредитоспроможність клієнта; надання конкретних рекомендацій для банків із метою поліпшення оцінки кредитоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під кредитоспроможністю ми розуміємо такий фінансовий стан позичальника, який дає змогу створювати грошові кошти і за їх рахунок повертати позички в повному обсязі й у визначений строк. На нашу думку, необхідно зосередити увагу на логістичній моделі бінарної залежної змінної. Це пояснюється тим, що в банках для визначення кредитоспроможності все більшої популярності набуває логістична регресія. Логістична регресія є різновидом множинної регресії, яка описує взаємозв'язок між незалежними змінними (факторними змінними) і залежною змінною (результуючою). Бінарна логістична регресія – це регресія, результуюча змінна якої може набувати лише двох значень. У нашому разі це настання чи ненастання дефолту позичальника.

Логістична модель має такий вигляд:

$$y = a_0 + \sum_{i=1}^n a_i x_i, \quad (1)$$

де $a_0 \dots a_1 \dots a_n$ – коефіцієнти при змінних, x_i – вхідні дані моделі, тобто дані про клієнтів, на основі яких банк робить висновок про їхню кредитоспроможність.

Для отримання значення ймовірності настання дефолту від 0 до 1 необхідно здійснити так зване логіт-перетворення, де:

$$P = \frac{1}{1 + e^{-y}} \quad (2)$$

P – імовірність настання події, яка цікавить дослідника;

e – основа натуральних логарифмів рівна 2,71...;

y – рівняння регресії.

Така операція дає змогу отримати вихідні значення ймовірності в проміжку [0; 1]. Проте для отримання даних про кредитоспроможність досліднику також необхідно власноруч увести порогові значення (cut-off) для розмежування між «поганими» і «хорошими» клієнтами [2].

Працівник банку повинен визначати такі типи помилок:

– TP (True Positives) – вірно класифіковані позитивні приклади;

– TN (True Negatives) – вірно класифіковані негативні приклади;

– FN (False Negatives) – позитивні приклади, класифіковані як негативні (помилка I роду);

– FP (False Positives) – негативні приклади, класифіковані як позитивні (помилка II роду) [9].

Далі модель аналізують за такими відносними показниками:

Чутливість (Sensitivity) – відношення кількості вірно класифікованих позитивних випадків до суми самих цих випадків і хибних негативних випадків:

$$S_e = \frac{TP}{TP + FN} \quad (3)$$

Специфічність (Specificity) – відношення кількості вірно класифікованих негативних ситуацій до суми цих випадків і хибних позитивних випадків:

$$S_p = \frac{TN}{TN + FP} \quad (4)$$

Частка позитивних ситуацій визначена правильно (Positive predictive value):

$$TPR = \frac{TP}{TP + FP} \quad (5)$$

Частка негативних ситуацій визначена правильно (Negative predictive value):

$$TNR = \frac{TN}{TN + FN} \quad (6)$$

Наостанок будується графік, який називається ROC-кривою (Receiver Operator Characteristic) і показує, наскільки модель якісна. Площу під кривою

називають AUC (Area Under Curve), чим її значення ближче до одиниці, тим точніше модель передбачає ймовірність настання дефолту [9]. Шкалу, яка дає змогу визначити якість моделі залежно від значень показника AUC, подано в табл. 1.

Таблиця 1
Експертна шкала значень AUC

Інтервал AUC	Якість моделі
0,9-1,0	Чудова
0,8-0,9	Дуже хороша
0,7-0,8	Хороша
0,6-0,7	Посередня
0,5-0,6	Незадовільна

Джерело: складено за [8]

У ході нашого дослідження для аналізу кредитоспроможності було використано дані про 2 661 клієнта одного з європейських банків. Дані знаходяться у вільному доступі на сайті Інтернет-спільноти дослідників даних Kaggle.

У руслі аналізу кредитоспроможності клієнта було вибрано такі характеристики:

- 1) обсяг позички;
- 2) сума застави, якою володіє позичальник;

- 3) кількість років, проведених на теперішній роботі;
- 4) кількість несхвальних звітів;
- 5) кількість прострочених кредитних ліній;
- 6) тривалість найдовшої кредитної лінії в місяцях;
- 7) кількість нещодавніх кредитних ліній.

Для того щоб визначити наявність статично значимих зв'язків між змінними, нами проведено кореляційний аналіз і отримано матрицю кореляційних даних (табл. 2). Як видно з даних матриці, статично значимий зв'язок наявний сумі застави, якою володіє позичальник (Сз), кількості років, проведених на теперішньому місці роботи (Р), з іншими факторними змінними.

Побудова логістичної регресії виконувалася в статистичному пакеті Stata/ IC 14.2. Показник Success Probability Cutoff, відповідно до якого класифікувалися дані, було встановлено на рівні 0,5. Як вхідні дані використано всі сім змінних, які представлено вище. Результати опрацювання первинних показників представлено на рис. 1.

Відповідно до даних рис. 3, показник кількості років на теперішній роботі має найнижче значення z, через що приймаємо рішення виключити його через несуттєвість впливу на залежну змінну.

```

Logistic regression                               Number of obs   =      2,661
LR chi2(7)                                       =      583.66
Prob > chi2                                       =      0.0000
Pseudo R2                                        =      0.2181
Log likelihood = -1046.366
    
```

Дефолтзалежна	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
сумапозички	-.0000967	.000014	-6.90	0.000	-.0001242	-.0000692
сумаіснуючоїзастави	-.0000106	2.24e-06	-4.75	0.000	-.000015	-6.24e-06
простроченікредитнілінії	.6285938	.0541632	11.61	0.000	.5224359	.7347517
вікнастарішоїлініївмісяцях	-.0068929	.000849	-8.12	0.000	-.0085569	-.0052289
суманещодавніхкредитнихліній	.1717167	.0320367	5.36	0.000	.1089259	.2345076
рокинатеперішнійроботі	-.0153438	.0082886	-1.85	0.064	-.0315892	.0009016
кількістьнесхвальнихзвітів	.6937769	.0778831	8.91	0.000	.5411288	.8464249
_cons	.8884177	.2474432	3.59	0.000	.403438	1.373397

Рис. 1. Коефіцієнти за змінних

Джерело: авторські розрахунки

Таблиця 2

Матриця кореляції вхідних даних

	Оп	Сз	Р	Кз	Пл	Тнл	Снл
Оп	1						
Сз	0,0888	1					
Р	-0,1087	-0,2971	1				
Кз	-0,0706	-0,1227	0,2284	1			
Пл	-0,0552	0,0499	0,3317	0,2315	1		
Тнл	-0,0115	0,0844	0,1461	-0,0296	0,0402	1	
Снл	-0,1337	-0,3586	0,0780	0,1828	0,1776	-0,1250	1

Джерело: авторські розрахунки

Нами було вирішено виключити ці змінні і провести тест із шістьма змінними, що залишилися, а результати представлено на рис. 2.

Відповідно до значення p-value, усі шість змінних попадають в інтервал значимості для $p=0,05$. Згідно із z-статистикою, змінні за впливом розташовуються у такій послідовності: кількість прострочених кредитних ліній, кількість несхвальних звітів, вік найстарішої лінії в місяцях, сума позички, сума нещодавніх кредитних ліній і сума існуючої застави.

Отримали класифікаційну матрицю (рис. 3), згідно з якою модель віднесла правильно 167 клієнтів, які повернули кредит, і також правильно класифікувала 2 054 клієнтів, які такі стикнулися з дефолтом.

Інші показники, які показують якість моделі дорівнюють таким значенням (рис. 4).

Нами визначено, що чутливість моделі становить 31,10%. Це низький показник, і таке його значення означає, що якщо модель має позитивний результат, вона є ненадійною. Специфічність

моделі становить 96,7%. Це значення близьке до ідеального й означає, що висновок про дефолт буде дуже надійним. Модель виявила, що частка клієнтів, які насправді повернуть кредит, становить 70,46%. Показник доволі непоганий, але його варто було б підсилити. Частка тих, хто точно виявлені як такі, що не повернуть кредит з усіх тих, хто зіштовхнеться з дефолтом, становить 84,74%. Цей показник є досить хорошим.

Таким чином, показник точності моделі становить 83,46%, що свідчить про модель як значущу для прийняття управлінських рішень. Модель передбачає дефолт позичальника краще, ніж його здатність повернути борг.

ROC-крива, яка показує, наскільки якісна модель, має такий вигляд (рис. 5).

Числове значення AUC, яке інтерпретує графік кривої, становить 0,8056, що, згідно з експертною шкалою значень, визначає модель як дуже хорошу. Отже, логістична модель кредитоспроможності клієнта матиме такий вигляд:

Logistic regression	Number of obs	=	2,661
	LR chi2(6)	=	580.18
	Prob > chi2	=	0.0000
Log likelihood = -1048.1086	Pseudo R2	=	0.2168

Дефолтзалежна	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
сумапозички	-.0000973	.000014	-6.94	0.000	-.0001247 -.0000698
сумаіснуючоїзастави	-.0000102	2.22e-06	-4.61	0.000	-.0000146 -5.89e-06
простроченікредитнілінії	.6191026	.0536709	11.54	0.000	.5139096 .7242955
вікнастарішоїлініївмісяцях	-.0072747	.0008262	-8.80	0.000	-.008894 -.0056553
суманещодавніхкредитнихліній	.1710377	.0317492	5.39	0.000	.1088103 .233265
кількістьнесхвальнихзвітів	.7060761	.0777426	9.08	0.000	.5537035 .8584487
_cons	.8084622	.2433129	3.32	0.001	.3315777 1.285347

Рис. 2. Значення коефіцієнтів за змінних

Джерел: авторські розрахунки

Logistic model for Дефолтзалежна

Classified	True		Total
	D	~D	
+	167	70	237
-	370	2054	2424
Total	537	2124	2661

Рис. 3. Класифікаційна матриця

Джерело: авторські розрахунки

Classified + if predicted Pr(D) >= .5
True D defined as Дефолтзалежна != 0

Sensitivity	Pr(+ D)	31.10%
Specificity	Pr(- ~D)	96.70%
Positive predictive value	Pr(D +)	70.46%
Negative predictive value	Pr(~D -)	84.74%
False + rate for true ~D	Pr(+ ~D)	3.30%
False - rate for true D	Pr(- D)	68.90%
False + rate for classified +	Pr(~D +)	29.54%
False - rate for classified -	Pr(D -)	15.26%
Correctly classified		83.46%

Рис. 4. Показники точності моделі

Джерело: авторські розрахунки

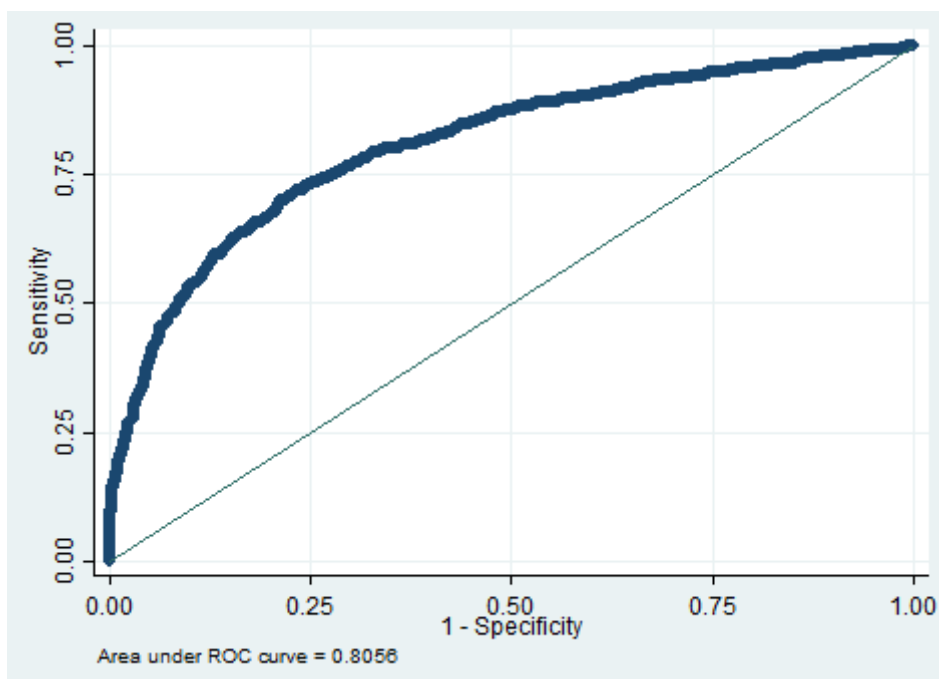


Рис. 5. ROC-крива

Джерело: авторські розрахунки

$$\begin{aligned}
 P(\text{дефолт}) = & 0,889 + 0,62 \cdot \text{пр. кр лін} + \\
 & + 0,71 \cdot \text{кл. несх. зв.} - 0,007 \cdot \text{найст. лінія} - \\
 & - 0,000097 \cdot \text{сума поз.} + 0,17 \cdot \text{нещ кред лінії} - \\
 & - 0,00001 \cdot \text{сума заст.}
 \end{aligned} \quad (7)$$

Висновки з проведеного дослідження. Отже, рекомендації для банку, на підґрунті яких формуватимуться управлінські рішення, здійснимо на основі логістичної регресії. У першу чергу банку слід звертати увагу на історію позичальника. Оскільки коефіцієнт за цією змінною є порівняно високим, то наявність хоча б однієї простроченої кредитної лінії надійно свідчить про ненадійність клієнта. Дуже малоймовірно, що такий клієнт поверне позичку.

Наступним за важливістю чинником є кількість несхвальних звітів про клієнта. По своїй суті він близький до попереднього показника, оскільки характеризує несхвальні звіти про клієнта в банку, пов'язані із запізненими виплатами за позичкою. Якщо клієнт мав таку поведінку в минулому, то дуже малоймовірно, що він поліпшить свою поведінку в майбутньому. Найдовша лінія є третім за значимістю показником, на який банку слід звертати увагу. Знову ж таки тут маємо очікуване від'ємне значення при коефіцієнті. Чим тривалішу кредитну лінію клієнт відкривав у минулому, тим більш надійним він є. Сума позички має обернений вплив на прогнозування дефолту позичальника. Це означає, що чим більша сума позички, яку просить клієнт, тим менше банк сумнівається в його ненадійності. Пояснити це можна тим, що індивідууми психологічно не схильні просити великий кредит, якщо мають намір

не повертати його. Вони шукають такий баланс, щоб банк утратив таку суму, через яку не йому не прийдеться всерйоз займатися клієнтом, який не повернув кредит. П'ятим за значимістю є показник нещодавніх кредитних ліній, який має прямий вплив на прогнозування дефолту фізичної особи. Логічно, якщо клієнт має недавні позички, то навряд чи він устиг їх погасити і, можливо, шукає гроші, щоб погасити їх. Сума застави найменше впливає на результат прогнозування. Очікувано, що наявність застави свідчить на користь надійності клієнта. Отже, банку слід у першу чергу звертати увагу на показники, збільшення яких позитивно впливає на оцінку кредитоспроможності, а вже потім на показники з негативним впливом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Брітченко І.Г., Момот О.М. Особливості використання скорингових систем у банківському кредитуванні фізичних осіб. *Фінанси, облік і аудит*. 2011. № 17. С. 31–37.
2. Великоіваненко Г.І., Трокоз Л.О. Моделювання кредитоспроможності позичальників комерційного банку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Економіка*. 2013. № 22. С. 137–141. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoa_2013_22_31 (дата звернення: 26.12.2019).
3. Герасимович А.М. Проблеми аналітичної оцінки банківських методик визначення кредитоспроможності позичальника – фізичної особи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 3(61). С. 313–315.

4. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ : учебник для вузов / под. ред. Л.Т. Гиляровской. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 247 с.

5. Дудник А.Д. Словник – довідник менеджера по управлінню конкурентоспроможністю. Київ : КНЕУ, 1999. 60 с.

6. Зінченко О.А., Святенко С.В., Марчукова В.С. Узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності категорії «кредитоспроможність». *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 1. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_23 (дата звернення: 26.12.2019).

7. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 452 с.

8. Паклин Н. Логистическая регрессия и ROC анализ – математический аппарат. URL : <http://www.basegroup.ru/library/analysis/regression/logistic/> (дата звернення: 26.12.2019).

9. Davis J., Goadrich J. The Relationship Between PrecisionRecall and ROC Curves : Proc. Of 23 International Conference on Machine Learning, 2006/06/25 – 2006/06/29, Pittsburgh, PA, USA ACM Press.

REFERENCES:

1. Britchenko, I.H., Momot O. M. (2011) Osoblyvosti vykorystannja skorynghovykh system u bankivskomu kredytuvanni fizychnykh osib [Characteristics of using scoring systems in bank crediting of individuals]. *Finansy, oblik i audyt*, vol. 17, pp. 31-37.

2. Velykoivanenko H.I. (2013) Modeljuvannja kredytospromozhnosti pozycchalnykiv komercijnogho banku [Modelling creditability of a commercial bank's clients]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiia"*. *Ekonomika* (electronic journal), vol. 22,

pp. 137-141. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzn-uo_a_2013_22_31 (accessed 26 December 2019).

3. Herasymovych A.M. (2012) Problemy analitichnoji ocinky bankivskykh metodyk vyznachennja kredytospromozhnosti pozycchalnyka-fizychnoji osoby [Problems of analytical estimate bank methods for defining creditability individual borrower], *Visnyk Zhytomyr'skoho derzhavnogo tekhnologichnoho universytetu / Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 3(61), pp. 313–315.

4. Giljarovskaja L. T. (2002), *Jekonomicheskij analiz: uchebnik dlja vuzov* [Economic analysis: the manual for universities]. Moscow: JuNITI-DANA. (in Russian)

5. Dudnyk A. D. Slovyk (1999), *Dovidnyk menedzhera po upravlinniu konkurentospromozhnistiu* [The manager's guide to manage creditability]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

6. Zinchenko O. A. (2013) Uzagalnennja teoretichnykh pidkhodiv do vyznachennja sutnosti kategoriji «kredytospromozhnistj». [Generalization technological approaches to define the essence of the category «creditability»]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* (electronic journal), vol. 1. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_23 (accessed 26 December 2019).

7. Lakhtionova L. A. (2003), *Finansovyj analiz sil'skohospodars'kykh pidpriemstv: navch. posibnyk*, [Financial analysis of the agricultural enterprises: the manual], Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

8. Paklin N. (2006), Logisticheskaya regressiya i ROC analiz – matematicheskij aparat [Logistic regression i ROC-analysis – mathematical appliance], *Tehnologii analiza dannyh* (electronic journal), available at: <http://www.basegroup.ru/library/analysis/regression/logistic/> (accessed 26 December 2019)

9. Davis J., Goadrich J. (2016) *The Relationship Between PrecisionRecall and ROC Curves* : Proc. Of 23 International Conference on Machine Learning, 25.06 – 29.06, Pittsburgh, PA, USA ACM Press.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGIONS OF UKRAINE

УДК 338.58:65.014

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-45>

Федоренко О.О.

студент

Національний авіаційний університет

Коваленко Н.В.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародної економіки

Національний авіаційний університет

Fedorenko Alexander

National Aviation University

Kovalenko Nataliia

National Aviation University

Статтю присвячено інвестиційній привабливості регіонів України на міжнародній арені. Розкрито суть базового поняття «прямі іноземні інвестиції». Класифіковано інвестиційну привабливість за різними ознаками. Проведено порівняльну характеристику статистичних показників інвестицій. Запропоновано систематизацію методів для поліпшення інвестиційного середовища. За допомогою цих методів, за умови їх правильного використання, інвестиційний клімат поліпшується, завдяки чому Україна стає привабливою для інвестицій. Описано проблеми, які не дають змоги поліпшити інвестиційний клімат. Указано шляхи поліпшення інвестиційного клімату. Обґрунтовано доцільність використання соціальних та економічних програм для поліпшення інвестиційного клімату. Вказано важливість високих показників індексу інвестиційної привабливості. Порівняно індекс інвестиційної привабливості за минулі роки та нинішні показники. Обґрунтовано доцільність змін, які відбулися в країні, та їхній вплив на економіку.

Ключові слова: інвестиція, інвестиційний клімат, індекс інвестиційної привабливості, чинники інвестиційного клімату, інвестиційна привабливість, прямі іноземні інвестиції, методи планування.

Стаття посвящена інвестиційній привабливості регіонів України на между-

народной арене. Раскрыта суть базового понятия «прямые иностранные инвестиции». Классифицирована инвестиционная привлекательность по различным признакам. Проведена сравнительная характеристика статистических показателей инвестиций. Предложено систематизация методов для улучшения инвестиционной среды. С помощью этих методов, при условии их правильного использования, инвестиционный климат улучшается, благодаря чему Украина становится привлекательной для инвестиций. Описаны проблемы, которые не дают возможности улучшить инвестиционный климат. Указаны пути улучшения инвестиционного климата. Обоснована целесообразность использования социальных и экономических программ для улучшения инвестиционного климата. Указана важность высоких показателей индекса инвестиционной привлекательности. Сравниваются индексы инвестиционной привлекательности за прошлые годы и сегодняшние показатели. Обоснована целесообразность изменений, которые произошли в стране, и их влияние на экономику.

Ключевые слова: инвестиция, инвестиционный климат, индекс инвестиционной привлекательности, факторы инвестиционного климата, инвестиционная привлекательность, прямые иностранные инвестиции, методы планирования.

The article is devoted to the investment attractiveness of Ukrainian regions in the international arena. The essence of the basic concept – foreign direct investment is revealed. Investment attractiveness is classified according to various characteristics. The comparative characteristics of statistical indicators of investments are made. Systematization of methods for improving the investment environment is proposed. With these methods, provided they are properly used, the investment climate improves, thanks to this improvement Ukraine becomes attractive for investment. Images are problems that do not allow to improve the investment climate. Ways to improve the investment climate are outlined. The expediency of using social and economic programs to improve the investment climate is substantiated. The importance of high indexes of investment attractiveness index is indicated. Compared to the index of investment attractiveness over the past years and indicators to date. The expediency of the changes that have taken place in the country and their impact on the economy is justified. In today's economic environment, investment attractiveness holds the leading position. Speaking of Ukraine, one can safely say that its investment climate for other countries has been undergoing reform and reconstruction in the aftermath of the global economic crisis, internal economic upheavals and constant changes in the political system. But, to date, Ukraine has a strong appeal to foreign investors and a favorable economic environment, which would help increase access to international markets, namely to position itself as a profitable country to invest in. The interruption of economic and trade ties between Ukraine and the European Union, in my opinion, poses one of the most troubling issues for the Ukrainian economy, due to the fact that despite all political misunderstandings, Ukraine still pursues investment activities with countries in Europe and the World. One of the main conditions for conducting investment activity with countries is compliance with certain norms and standards, that is, carrying out a series of reforms by Ukraine that would allow to meet the same requirements.

Key words: investment, investment climate, index of investment attractiveness, factors of investment climate, investment attractiveness, foreign direct investment, planning methods.

Постановка проблеми. Інвестиційна привабливість регіонів України постійно зменшується. Першочергові ознаки падіння інвестиційної привабливості регіонів країни розпізнають кризь меншу кількість інвесторів, інвестиційні процеси вимагають боротьби з корупцією, вдосконалення правового поля для інвесторів, які будуть ураховувати не лише сучасний стан ринку, а й майбутній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інвестиційного клімату регіонів України та створення привабливого інвестиційного середовища займаються такі вчені, як Г.І. Євтушенко, Т.А. Лівківський, Т.С. Задніпрянна, М.І. Карлін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення шляхів розвитку інвестиційної

привабливості регіонів України, аналіз чинників, які не дають змоги поліпшувати інвестиційний стан регіонів, аналіз найефективніших шляхів покращення інвестиційної привабливості регіонів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в економіці нашої держави створюються швидкі, але не до кінця прогнозовані перетворення. Причиною цього є політичні та інші чинники, які впливають на економічне середовище. Усі розуміють, що для стабільного розвитку економіки України потрібні міжнародні інвестиції. Вони вкрай важливі, але сьогодні ми маємо непросту ситуацію, адже проблема інвестицій вирішується у стані внутрішньої та світової кризи, тобто є дуже багато країн, які хочуть завести інвестора, а фактично

інвесторів дуже мало. З одного боку, наша нестабільна економічна ситуація вимагає залучення довгострокового капіталу, який знаходиться у іноземних інвесторів. З іншого боку, на думку експертів, внутрішніх та міжнародних суб'єктів господарювання, інвестиційний клімат регіонів України для міжнародних інвесторів є непривабливим.

Основними чинниками, які погіршують інвестиційну привабливість регіонів України, є: нестабільне законодавство, тиск під час ведення бізнесу, відсутність позитивних змін в економіці України, політична нестабільність та ризик обвалу або непрогнозованість курсу гривні [8, с. 2].

Приймаючи до уваги ці чинники, можемо зрозуміти велику кількість досліджень із питань привабливості інвестиційного клімату України. Його поліпшення є запорукою оновлення промисловості, загального рівня життя українців та швидкого розвитку нашої економіки. На думку експертів, єдиний шлях для виходу України зі стану кризи – наявність власних або інвестиційних ресурсів, для того щоб не створювався бюджетний дефіцит, а також для постійної інвестиційної діяльності у

різних промислових сферах [7, с. 20]. Порівнявши дані 2018 та 2019 рр., кількість інвестицій у регіони України збільшується. Ця тенденція свідчить про поліпшення інвестиційного клімату в державі.

Саме держава несе відповідальність за утворення сприятливого інвестиційного клімату. Успіхи на шляху подолання проблем у розвитку інвестиційного клімату залежать від ефективної інвестиційної політики України, а також від рівня змін на краще несприятливих тенденцій, які були сконцентровані в інвестиційній політиці [6, с. 18]. Нашій країні необхідно вирішити такі проблемні питання, які заважають поліпшенню інвестиційного клімату:

- у регіонах у представників влади сьогодні присутній момент ділення інвесторів на українських та міжнародних. Такі обставини не дають позитивних відгуків із боку міжнародних інвесторів, тому що вони не впевнені в юридичних гарантіях;

- концентрація уваги української влади на отримання економічних ресурсів переважно від іноземних економічних організацій, таких як МБРР та МВФ. Наслідком таких дій є недооцінка

Таблиця 1

Прямі інвестиції в економіці України по регіонах

Прямі інвестиції в економіці України по регіонах за 2016–2019 рр., млн дол. США					
	Обсяги на 1 січня				На 31 грудня 2019
	2016	2017	2018	2019	
Вінницька	309, 4	223, 0	187, 8	180, 0	203, 4
Волинська	341, 3	271, 2	247, 1	249, 4	265, 4
Дніпропетровська	8 913, 0	5 775, 8	4 009, 9	3 491, 1	3 815, 5
Донецька	3 789, 1	2 322, 0	1 748, 0	1 249, 6	1 216, 0
Житомирська	362, 9	259, 8	222, 7	216, 3	230, 0
Закарпатська	437, 5	334, 2	311, 8	317, 0	328, 4
Запорізька	1 075, 3	843, 4	682, 7	859, 1	915, 7
Івано-Франківська	813, 8	925, 9	836, 6	826, 6	908, 6
Київська	1 951, 5	1 750, 3	1 593, 4	1 516, 8	1 565, 1
Кіровоградська	147, 1	70, 6	52, 5	58, 9	68, 3
Луганська	826, 4	578, 2	443, 9	436, 4	441, 5
Львівська	1 379, 5	1 197, 7	1 101, 0	1 111, 4	1 187, 7
Миколаївська	282, 8	228, 9	212, 8	213, 5	209, 3
Одеська	1 671, 7	1 430, 4	1 330, 1	1 330, 4	1 363, 2
Полтавська	1 064, 7	1 039, 4	1 000, 1	1 003, 0	1 049, 0
Рівненська	292, 6	242, 5	199, 6	159, 5	169, 3
Сумська	422, 7	263, 3	199, 1	190, 0	186, 8
Тернопільська	68, 9	55, 8	49, 2	48, 2	45, 0
Харківська	2 131, 9	1 728, 8	1 554, 6	639, 0	658, 2
Херсонська	275, 2	208, 2	211, 0	201, 3	216, 9
Хмельницька	224, 5	189, 1	165, 5	158, 2	172, 0
Черкаська	887, 9	512, 9	348, 0	334, 4	337, 8
Чернівецька	80, 2	68, 6	59, 1	57, 1	57, 7
Чернігівська	128, 4	99, 8	92, 1	241, 3	429, 7
м. Київ	25 825, 6	20 105, 5	19 296, 0	22 425, 1	23 103, 4

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: розроблено авторами за даними [1, с. 12]

важливості підтримувати фінансові операції приватних міжнародних інвесторів [9, с. 347].

Для того щоб поліпшити інвестиційну привабливість та відновити динаміку інвестиційної діяльності в регіонах, вважаємо за потрібне вжити такі заходи:

1. Міністерство фінансів України повинно доповнити статтю 42-1 Бюджетного кодексу, а саме питання, яке стосується нормування фінансування з Державного фонду розвитку регіону в питанні капітальних проєктів.

2. Міністерство економічного розвитку повинно посилити національну допомогу для стратегічного розвитку індустріальних парків як важливого інструменту для отримання міжнародних інвестицій, а також на регіональному рівні корегувати статтю 34 Закону України «Про індустріальні парки». Внести корективи у статтю 71 Бюджетного кодексу України, а саме в пункт, який свідчить про необхідність спрямування бюджетних коштів на будівництво індустріального парку в регіонах до 10% обсягу бюджету розвитку обласного бюджету [10, с. 185].

3. Оновити і подати англійською та українською мовами інформацію про проєкти, які створюються в регіонах України, для отримання нових пропозицій від міжнародних інвесторів. Це повинно зробити Міністерство інфраструктури [3, с. 8].

4. Міністерству економічного розвитку потрібно розширити можливості для тих підприємців, які приймають участь у регіональних проєктах, а саме у статті 5 частині 1 «Про угоди про розподіл продукції» стосовно сторін угоди, якими виступають інвестори й держава в особі Кабінету Міністрів України чи місцевого органу виконавчої влади [5, с. 6].

5. Місцевій виконавчій владі та органам самоврядування на регіональному рівні:

- підтримувати інвестиційну активність малих підприємств за рахунок організаційного забезпечення;

- створювати інвестиційні форуми та ярмарки на місцевому рівні;

- розміщувати на національних Інтернет-ресурсах інформацію про здійснення державних закупівель із метою отримання заявки від різних учасників з різних регіонів;

- надавати допомогу громадським організаціям із комунікативним забезпеченням;

- ініціювати перед Кабінетом Міністрів України створення на регіональному рівні промислово-наукових комплексів. Завдяки високим результатам таких комплексів можна залучити велику кількість міжнародних інвесторів;

- ініціювати перед урядом питання стосовно створення на регіональному рівні масштабних спортивних змагань, ярмарок, фестивалів, які дадуть змогу покласти початок розвитку господарської діяльності і стати точками зростання для

економік регіонів через отримання міжнародних інвестицій.

6. Міністерству економічного розвитку створити і надати на затвердження уряду інвестиційну стратегію країни та регіонів із метою отримання міжнародних інвестиційних ресурсів для швидкого розвитку галузей [2, с. 18]. У стратегії підкреслити ключові сфери інвестування в нашій країні.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши економічні та соціальні програми поліпшення інвестиційної привабливості та провівши аналіз ефективних шляхів покращення інвестиційного клімату, слід зазначити, що в сучасних умовах іноземні інвестиції мають велике значення для розвитку економіки регіонів України. Наведені програми розвитку інвестиційного клімату слугують найважливішими засобами забезпечення умов виходу зі сформованої економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності. Провідні економісти України підкреслюють важливість реформ в економіці, розвиток інвестиційної політики та виконання економічних завдань, які існують у країні. Якщо змін у приведених сферах не відбудеться, нарощування інвестицій не підвищить конкурентоспроможність національної економіки. Активізація інвестиційного процесу є одним із найбільш діючих механізмів соціально-економічних перетворень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.01.2020).
2. Шляхи відновлення інвестиційної активності в регіонах України в умовах економічної нестабільності. URL : <http://www.niss.gov.ua/articles/2053/> (дата звернення: 26.01.2020).
3. Конституція України : Закон України від 20 жовтня 2019 р. № 47/Ст. 646-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 2020. № 4218. Ст. 32.
4. Конституція України: Закон України від 21 жовтня 2010 р. № 11/Ст.70-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 2623. Ст. 70.
5. Конституція України: Закон України від 1 червня 2010 р. № 2404/Ст.524-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 40. Ст. 523.
6. Інвестиційна привабливість України. URL : <http://www.visnuk.com.ua/articles/2034/> (дата звернення: 26.01.2020).
7. Аналіз інвестиційної діяльності в Україні. URL : <http://conferencekneu.wordpress.com/articles/2043/> (дата звернення: 26.01.2020).
8. Євтушенко Г.І., Дерев'яно В.М. Про шляхи підвищення ефективності застосування менеджменту в організації. *Вісник Академії наук України*. 2014. № 8. С. 2–5.
9. Задніпрянна Т.С. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства. *Вісник Національної академії наук України*. 2009. № 9. С. 346–353.

10. Карлін М.І. Управління дефіцитом бюджету України. *Вісник Національної академії наук України*. 2017. № 1. С. 181–197.

REFERENCES:

1. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 26 January 2020).

2. Ways to restore investment activity in the regions of Ukraine in the conditions of economic instability URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/2053/> (accessed 1 July 2019).

3. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of October 20, 2019 № 47 / Article.646-BP / The Verkhovna Rada of Ukraine. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2020. No. 4218. Article 32.

4. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of October 21, 2010 № 11 / Article.70-BP / The Verkhovna Rada of Ukraine. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2010. No. 2623. Art. 70.

5. Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of June 1, 2010 № 2404 / Article 524-VR / Verkhovna Rada of Ukraine. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2010. № 40. Art. 523.

6. Investment attractiveness of Ukraine URL: <http://www.visnuk.com/articles/2034/> (accessed 26 January 2020).

7. Analysis of investment activity in Ukraine URL: <http://conferencekneu.wordpress.com/articles/2043/> (accessed 26 January 2020).

8. Yevtushenko GI, Derev'yanko VM About ways to increase the effectiveness of management in an organization. Bulletin of the Academy of Sciences of Ukraine. 2014. № 8. S. 2-5.

9. Tailgate TS Management of innovation-investment activity of the enterprise. Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine. 2009. 9, pp. 346-353.

10. Carlin M.I. Budget Deficit Management of Ukraine Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine. 2017.

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

СЕРТИФІКАЦІЯ ПЛЯЖНОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА ПРОГРАМОЮ BLUE FLAG

CERTIFICATION OF THE BEACH RECREATION FACILITIES ACCORDING TO THE BLUE FLAG PROGRAM

УДК 006.83:379.846

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-46>

Ковалевська І.М.

к.е.н., старший викладач
кафедри екологічної безпеки
та економіки природокористування
Житомирський національний
агроекологічний університет

Тарасова В.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри туризму
Житомирський національний
агроекологічний університет

Kovalevska Iryna

Zhytomyr National Agroecological University

Tarasova Valentine

Zhytomyr National Agroecological University

У статті розглянуто питання запровадження екологічної сертифікації на прикладі міжнародної програми «Блакитний прапор» (Blue Flag). Розглянуто перспективу сертифікації пляжного рекреаційного господарства у світі та в Україні за цією міжнародною системою. Метою програми Blue Flag є забезпечення сталого розвитку пляжів і яхтенно-катерних стоянок за допомогою впровадження строгих критеріїв, які стосуються якості води, екологічної освіти та інформації, екологічного менеджменту, безпеки та інших послуг. Представлено динаміку участі країн світу у програмі Blue Flag. Розглянуто основні аспекти даної сертифікаційної програми. Надано розподіл держав світу на групи за загальною кількістю отриманих блакитних прапорів. Проаналізовано отримання нагород країнами світу в 2019 р. та визначено місце України у цьому списку. Насичено відображено кількість пляжів держав світу з малою кількістю блакитних прапорів, що отримані в 2019 р.

Ключові слова: екологізація соціально-економічного розвитку, сертифікація, добровільна екологічна сертифікація, рекреаційне господарство, екологічний менеджмент, сертифікат Blue Flag.

В статье рассмотрены вопросы внедрения экологической сертификации на при-

мере международной программы «Голубой флаг» (Blue Flag). Рассмотрена перспектива сертификации пляжного рекреационного хозяйства в мире и в Украине по этой международной системе. Целью программы Blue Flag является обеспечение устойчивого развития пляжей и яхтенно-катерных стоянок с помощью внедрения строгих критериев, касающихся качества воды, экологического образования и информации, экологического менеджмента, безопасности и других услуг. Представлена динамика участия стран мира в программе Blue Flag. Рассмотрены основные аспекты данной сертификационной программы. Представлено распределение государств мира на группы по общему количеству полученных голубых флагов. Проанализировано получение наград странами мира в 2019 г. и опередено место Украины в этом списке. Наглядно отражено количество пляжей государств мира с малым количеством голубых флагов, полученных в 2019 г.

Ключевые слова: экологизация социально-экономического развития, сертификация, добровольная экологическая сертификация, рекреационное хозяйство, экологический менеджмент, сертификат Blue Flag.

The article presents an introduction to ecological certification on the example of the international program «Blue Flag». The perspective of certification of beach recreational facilities in the world and in Ukraine under this international system is considered. «Blue Flag» – is an ecological certificate, which is issued for beaches and marinas in Europe, Africa, the Caribbean, and also – in New Zealand, Canada on the basis of a decision of an independent International Jury on their compliance with the requirements of the Blue Flag Program criteria. The purpose of the Blue Flag Program is ensuring the sustainable development of beaches and yacht-boat moorings through the introduction of strict criteria, related to water quality, environmental education and information, environmental management, security and other services. The program has two sides: environmental education and increasing tourist attractions, because its implementation not only provides educational work with holidaymakers, but also better environmental safety and swimming safety of vacationers and creation of necessary sanitary infrastructure are assured. The scope of implementation of the program is considered an indicator of sustainable development of the region and leads to increase of image attractiveness of the whole region as a whole. Obtaining an eco-label «Blue Flag» is especially important in times of a crisis, because there is a possibility for a tourist (all other things being equal) to choose places of rest that guarantee safety, environmental friendliness and comfort; for the tourist enterprise – the possibility of attracting sponsors, obtaining additional bonuses while conduction advertising campaigns. The article presents the dynamics of participation of the world countries in the program «Blue Flag». The main aspects of this certification program are also discussed. The distribution of the countries of the world into groups according to the total number of blue flags is provided. Receiving of the 2019 awards of worlds countries is analyzed and Ukraine's place in this list is indicated. The number of beaches in the world with a small number of blue flags for those who received the Blue Flag eco-label in 2019 is clearly illustrated.

Key words: ecologization of socio-economic development, certification, voluntary environmental certification, recreation facilities, environmental management, Blue Flag certificate.

Постановка проблеми. Туризм у сучасних умовах є однією з провідних галузей, що динамічно розвивається. За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO), туризм займає четверте місце у світовому експорті товарів і послуг, а за прибутковістю – третє місце після нафтовидобувної промисловості та автомобілебудування [6]. Туризм надає потужний вплив на зайнятість населення, є

активним джерелом надходжень іноземної валюти і впливає на платіжний баланс країни.

Будучи однією з пріоритетних галузей економіки держави, туризм може стати високорентабельною галуззю за умови його конкурентоспроможності та якісного обслуговування відповідно до міжнародних стандартів. Згідно з даними Всесвітньої туристської організації, на кожне робоче місце

у сфері туризму припадає від п'яти до дев'яти робочих місць, які з'являються в інших галузях, де туризм прямо й побічно впливає на розвиток економіки держави [6]. Отже, у туристичному бізнесі ефект мультиплікатора більш потужний, ніж в інших галузях економіки.

Сталий розвиток туризму залежить від вирішення низки не тільки економічних і соціальних проблем, а й обліку екологічного чинника під час реалізації стратегії економічного розвитку територій. На його розвиток впливають багато чинників: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні та ін. Загальний позитивний баланс екологічних, соціально-культурних та економічних впливів на туризм забезпечує стійкість його розвитку, а також позитивний вплив відвідувачів один на одного. Ті види туристичної діяльності, які мають найбільш високий сумарний позитивний ефект із погляду екології, економіки і соціального розвитку, є більш стійкими [6].

Дбайливе ставлення до природи і навколишнього середовища є одним із привабливих елементів туризму та подорожей. Нині можливість інтеграції України у світовий економічний простір не уявляється реальною без екологізації соціально-економічного розвитку країни.

У системі сучасних пріоритетів включення України в систему міжнародного поділу праці особливе місце відводиться розвитку туризму і рекреації, у тому числі пляжної. Освоєння, використання й охорона рекреаційних ресурсів в Україні визначається національною екологічною політикою. Правову базу для регулювання рекреаційного природокористування формує низка національних екологічних законів, загальнодержавних і регіональних постанов, положень та інструкцій [5].

Сформований механізм регулювання природокористування не може вважатися ефективним і забезпечити високу ступінь охорони природних ресурсів, у тому числі у сфері рекреаційного господарства.

На нашу думку, з огляду на міжнародну практику, ефективним уявляється розвиток системи ринкових інструментів регулювання, включаючи особливості, порядок добровільної екологічної сертифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням екологічної сертифікації та формування основ екологічної політики присвячено багато робіт провідних українських учених і фахівців. У роботах О.Ф. Балацького, І.К. Бистрякова, Б.В. Буркинського, Т.П. Галушкіної, Є.Г. Гордійчук, Л.Г. Мельника, Е.В. Мішеніна, Ю.М. Саталкіна, П.М. Скрипчук, В.Н. Степанова, Е.В. Степанової, С.К. Харічкова, М.А. Хвесика, В.Я. Шевчук та ін. неодноразово підкреслювалося значення екологічної сертифікації для екологізації соціально-економічного розвитку, включаючи розвиток

екологічного менеджменту, маркетингу, аудиту, стандартів ресурсів і територій.

Постановка завдання. Метою даної роботи є обґрунтування об'єктивної необхідності впровадження і застосування системи добровільної екологічної сертифікації у сфері рекреаційного природокористування. Ставиться завдання розглянути організаційні аспекти міжнародної програми Blue Flag («Блакитний прапор») і перспективи розвитку системи добровільної екологічної сертифікації пляжного рекреаційного господарства України за цією системою. Також обґрунтовується необхідність забезпечення державної підтримки і стимулювання суб'єктів підприємницької діяльності, організацій, які проявляють зацікавленість у проведенні добровільної екологічної сертифікації пляжів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з доповіддю Всесвітньої туристської організації Climate Change and Tourism, сьогодні у світі діє понад 60 міжнародних програм, спрямованих на створення і підтвердження стандартів у сфері екосертифікації, при цьому на кожну програму припадає в середньому близько 50 сертифікованих компаній у галузі туризму. Всього ж у світі існує понад 100 екологічних лейблів і нагород для об'єктів туризму, екотуризму та сфери гостинності.

Для більшості країн Європи відправним пунктом на шляху становлення національної екологічної політики стала Стокгольмська конференція ООН із навколишнього природного середовища у 1972 р. Серед ключових елементів формування нормативної бази в Європі можна віднести директиви, а також екологічні плани дій ЄС, перший з яких був прийнятий у 1973 р. Поступово накопичений досвід у реалізації екологічної політики показав, що для досягнення цілей сталого розвитку в екологічне регулювання необхідно вводити елементи економічних механізмів екологічної політики.

У 1992 р. на основі Директиви 92/880/ЄС «Про екологічні знаки», британського стандарту BS 7750 «Система екологічного управління», міжнародних стандартів ISO/TC 207 «Управління навколишнім природним середовищем» у світі стартувала **система екологічної сертифікації**.

Що ж таке екологічна сертифікація? Екологічна сертифікація – це система екомаркування для туристичних закладів, що має за мету сприяти зменшенню тиску на природне середовище від експлуатації туристичних об'єктів шляхом відзначення, популяризації та стимулювання розвитку корисних ініціатив й екологічно дружніх методів управління туристичною індустрією [7].

Екологічний сертифікат туристичного бізнесу – це: – *диплом/відзнака*, що надається туристичним компаніям: готелям, центрам відпочинку, кемпінгам, санаторіям та будинкам відпочинку, закладам

дозвілля та ресторанам, місцям відпочинку на воді (морським, озерним та річковим пляжам, водним акваторіям, причалам);

– *торговельний знак* для відзначення туристичних товарів, які відповідають принципам сталого розвитку туризму.

Метою сертифікації є зміна практики й поведінки в усіх сферах туризму, включаючи підприємства, споживачів і місцеві спільноти, та залучення їх до сучасного процесу підвищення відповідальності по відношенню до їхнього власного й нашого спільного довкілля.

Застосування системи екологічної сертифікації є економічно доцільним: не вимагаючи суттєвих затрат, вона сприяє значній економії витрат на ресурси, які дорожчають, особливо на електроенергію та тепло. Нескладні заходи з енергетичного менеджменту на малих підприємствах, згідно з досвідом наших пілотних проєктів, можуть давати близько половини економії витрат на електроенергію та тепло. З маркетингового погляду такі підприємства підкреслюють свій екологічний імідж та вирізняються на загальному тлі.

Екологічна сертифікація покликана пропагувати *принципи екологічно відповідального туризму*. Приєднуючись до цієї системи, підприємства та заклади, що працюють у сфері туризму, отримують конкурентні переваги на туристичному ринку, який розвивається, та мають можливість більш інтенсивно розширювати свою діяльність.

За статистикою близько 40% туристів, вибираючи місце для відпочинку, звертають увагу на екологічний сертифікат. Система допомагає пропагувати та надавати знання широким верствам населення з відповідального природокористування, адже туризм є одним із найбільш публічних секторів бізнесу, отже, здатний впливати на свідомість широких верств населення, транслювати знання, підвищувати рівень обізнаності в суспільстві, передусім власним прикладом сталого способу споживання ресурсів, виробництва продукції та послуг [7].

Система екологічної сертифікації є чутливою до навколишнього середовища, до природних та культурних цінностей. Комплексні вимоги, що лежать в основі критеріїв сертифікації, включають вимоги до екологічного менеджменту, технічних заходів та системи зв'язків із громадськістю. Критерії для сертифікації базуються на принципах сталого розвитку туризму:

- стимулювання місцевого розвитку;
- збереження природної та культурної спадщини;
- просвітництва громадськості та туристів.

Ця система сертифікації підприємств туристичного бізнесу базується на міжнародно прийнятих стандартах і має структуру, що відповідає практиці діючих міжнародних систем сертифікації.

Водночас вона адаптована до наших реалій, потреб та можливостей.

Розглянемо запровадження екологічної сертифікації на прикладі міжнародної програми «Блакитний прапор» (Blue Flag) [1].

«Блакитний прапор» – екологічний сертифікат, який видається пляжам і маринам країн Європи, Африки, Карибських островів, а також Нової Зеландії, Канади на підставі рішення незалежного міжнародного журі про їх відповідність вимогам критеріїв Програми Blue Flag. Для участі в Програмі необхідні бажання пляжів або марин і наявність національного координатора (громадської організації, яка є членом Міжнародної організації екологічної освіти FEE – Foundation for Environmental Education). FEE є міжнародним координатором Програми Blue Flag [2].



Рис. 1. Знак екологічного маркування Blue Flag

Метою програми Blue Flag є забезпечення сталого розвитку пляжів і яхтенно-катерних стоянок за допомогою впровадження строгих критеріїв, які стосуються якості води, екологічної освіти та інформації, екологічного менеджменту, безпеки та інших послуг.

Програма Blue Flag була заснована в 1985 р. у Франції, а в 1987 р. стала європейською програмою. У 1987 р. в програмі брало участь 10 країн (452 пляжів і марин отримали Blue Flag). У 2003 р. програма стала міжнародною. Динаміку участі країн світу у програмі наведено на рис. 2.

Якщо проаналізувати дані рис. 2, то можемо побачити, що з 2003 до 2019 р. кількість отриманих екологічних знаків маркування Blue Flag зросла з 3 000 до 4 500. Це є свідченням того, що з кожним роком усе більше країн приєднуються до цієї Програми високими темпами, а кількість отриманих знаків Blue Flag розвивається за законом параболі другого ступеня. Оскільки цей закон розвитку має високу ступінь надійності (коефіцієнт детермінації – $R^2=0,970$), то є можливість прогнозувати на наступні чотири роки (2020–2023) збереження цих тенденцій.

Згідно з вимогами Програми, пляж повинен відповідати стандартам за 32-ма критеріями, а вимоги, що лежать в основі даної сертифікаційної програми, включати в себе чотири аспекти: екологічну

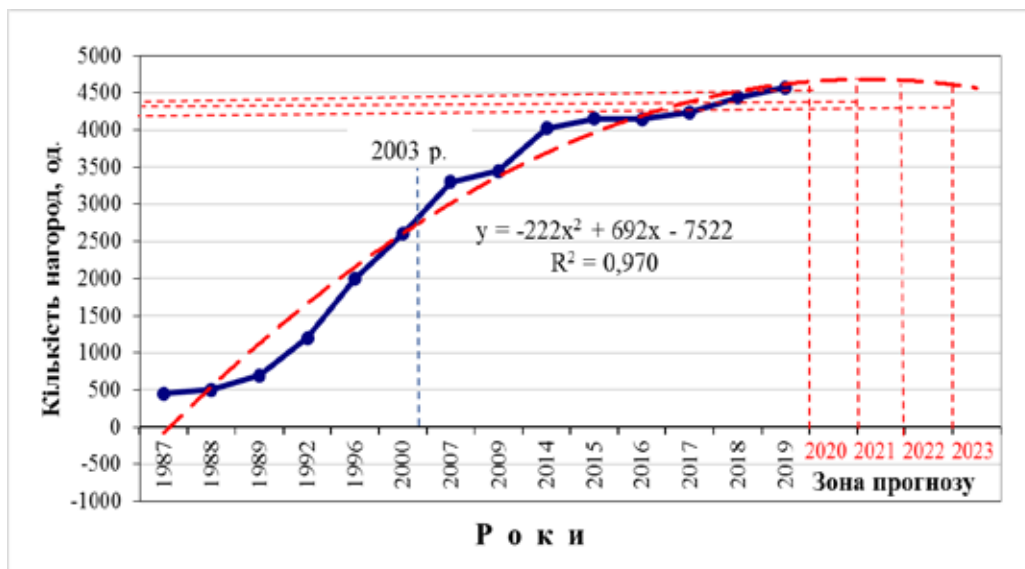


Рис. 2. Кількість отриманих екознаків Blue Flag у світі

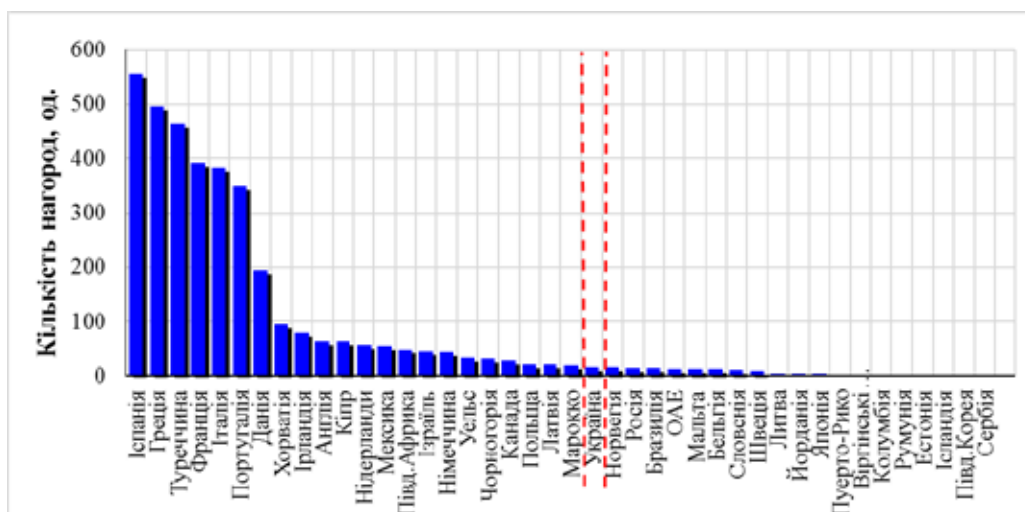


Рис. 3. Кількість отриманих державами світу екознаків Blue Flag у 2019 р.

освіту та інформування; якість води; екологічний менеджмент; засоби безпеки і послуг [2].

Критерії екологічної освіти та інформування включають у себе необхідність звертати увагу громадськості на чистоту пляжу, інформувати населення про особливо чутливі області прибережної зони з метою їх охорони, включаючи інформацію про об'єкти флори і фауни, про правила поведінки на пляжі, про програму Blue Flag, а також про правила отримання пляжем «Блакитного прапора». Це одна з найбільш складних груп критеріїв, тому що вона включає у себе безпосередню освітню роботу не тільки з підвищення рівня екологічної свідомості, а й щодо підвищення загального культурного рівня широких верств населення.

Критерії якості води вимагають відповідності якості води в зонах рекреації міжнародним і національним вимогам і стандартам.

Критерії екологічного менеджменту передбачають наявність плану землекористування і стратегічного плану розвитку прибережної зони, а також уведення роздільного збору сміття, щоденне очищення пляжів під час сезону, відсутність на території пляжу транспорту та ін.

Критерії безпеки і послуг включають обладнання пляжів рятувальними вишками, інвентарем, наявність сертифікованих рятувальників і медпункту, доступність питної води і телефону, а також наявність спеціальних пристосувань для осіб із фізичними вадами та ін. [2].

У 2019 р. в 51 країні світу сертифікатом відзначено 4 380 об'єктів (пляжі, пристані, човни), серед них і Україна, яка представлена Національним оператором Програми Blue Flag – громадською організацією «Екологічна ініціатива» [3] (рис. 3).

Розподіл держав світу на групи за загальною кількістю отриманих блакитних прапорів наведено в табл. 1.

Переможцем за кількістю чистих пляжів у 2019 р. стала Іспанія [3]. Нагороду за чистоту морської води й інфраструктуру, відповідну екологічним та іншим вимогам, отримали 566 пляжів Іспанії (рис. 4).

Майже кожен п'ятий іспанський пляж відповідає найвищим критеріям якості. Із них 135 пляжів, позначених Blue Flag, розташовані у Валенсії, 97 – у Каталонії, 79 – в Андалусії, 44 – на Балеарських островах і 43 – на Канарських островах.

Другу позицію у світовому рейтингу BlueFlag займає Греція (515 пляжів). Найчистіші пляжі в країні знаходяться в Халкідікі (92 «блакитних прапори»), а також на островах Родос, Крит і Корфу.

На третьому місці в списку країн із найбільшою кількістю «блакитних прапорів» знаходиться Туреччина. Blue Flag у Туреччині отримали 463 пляжі, здебільшого розташовані в курортному

регіоні Анталья (202 пляжі), провінції Мугла (102) та Ізмірі (49).

У Франції, яка у цьому році посіла четверте місце, найбільше відзначених «блакитним прапором» пляжів у регіоні Прованс-Альпи-Лазурний берег (58). На другому місці – Окситанія з 53 пляжами. За Францією йдуть Італія і Португалія. В Італії за кількістю чистих пляжів традиційно лідирує Лігурія (30), далі йдуть Тоскана (19) і Кампанія (17).

Україна серед багатьох країн знаходиться не в першій, але і не в останній групі (табл. 1) й займає далеко не останнє місце, про що свідчать дані табл. 2.

Наочне відображення кількості пляжів країн із малою кількістю блакитних прапорів, що отримали екознак у 2019 р., проілюстровано рис. 5.

Серед названих країн Україна займає п'яте місце. У 2019 р. 16 пляжів із чотирьох областей України прийняли участь у міжнародній програмі «Блакитний прапор» та отримали екологічний сертифікат відповідності критеріям програми. Цю престижну відзнаку отримали вісім пляжів Києва та

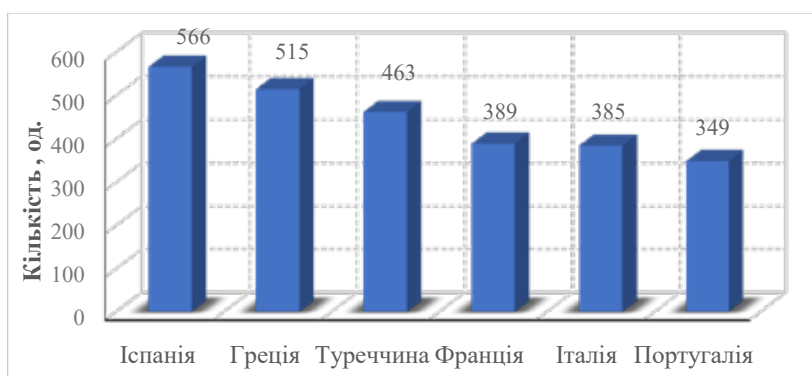


Рис. 4. Кількість пляжів держав-лідерів, що отримали екознак Blue Flag у 2019 р.

Таблиця 1

Розподіл держав світу на групи за загальною кількістю отриманих блакитних прапорів, од.

Держави світу, що мають блакитні прапори	Групи держав за кількістю блакитних прапорів	Кількість держав у групі	Кількість блакитних прапорів, що мають:			
			пляжі	пристані	човни	всього
Іспанія, Франція, Туреччина, Греція, Італія, Португалія, Данія.	300-800	7	2352	295	15	3100
Нідерланди, Німеччина, Хорватія.	100-300	3	199	238	0	437
Ірландія, Південна Африка, Англія, Кіпр.	50-100	4	247	14	12	273
Уельс, Ізраїль, Польща, Ісландія, Канада, Туніс, ОАЕ, Норвегія, Швеція, Мексика, Домініканська Республіка, Бельгія, Марокко.	20-50	13	188	29	32	249
Словенія, Латвія, Чорногорія, Панама, Коста-Ріка, Україна, Індія, Північна Ірландія, Болгарія, Бразилія, Пуерто-Ріко.	10-20	11	227	40	9	276
Мальта, Американські Віргінські Острови, Йорданія, Румунія, Нова Зеландія, Сербія, Литва, Багам. Острови, Японія, Естонія, Тринідад, С. Мартен, Шотландія.	< 10	13	37	7	1	45
Разом		51	3250	623	69	4380

Київської області: пляжі «Венеція», «Молодіжний», «Дитячий», OlmesaBeach та «Золотий» у Гідропарку, пляж «Веселка» на Микільській слобідці, пляж «Галера» у Галерній затоці та пляж «Пуца-Водиця». В Одеській області сертифіковано шість пляжів: Zanzibar та SanDali на Фонтанці, комплекси «Причал № 1» та Caletón, Центральний міський пляж Чорноморська та пляж готеля RutaFamily у селищі Затока. Крім того, «Блакитний прапор» мають готельний комплекс Good Zone поблизу Дніпра та Масандрівський пляж у Ялті. Потрібно відзначити, що це величезне досягнення, адже у світі багато держав, які отримали всього по одному блакитному прапору.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, можемо зробити висновки:

1. Оскільки під час втілення програми BlueFlag проводиться виховна та освітня робота з відпочивальниками та гарантуються екологічна безпека,

безпека плавання відпочивальників, створення необхідної санітарної інфраструктури, програма сприяє екологічному вихованню та збільшенню туристичної привабливості. Також реалізація програми призводить до підвищення іміджевої привабливості всього регіону в цілому.

2. Оскільки об'єкти, що отримали Blue Flag, вносяться в лист Міжнародної туристичної організації як рекомендовані для відвідування, то це підвищує конкурентоспроможність пляжів і готелів. Також це є певним сигналом туристам щодо відвідування того чи іншого пляжу, готелю, міста.

3. Важливо отримати екознак «Blue Flag» підприємствами, оскільки для них з'являється можливість залучення спонсорів, одержання додаткових бонусів під час проведення рекламних кампаній, а для туристів існує можливість вибирати місця відпочинку, що гарантують безпеку, екологічну чистоту і комфорт.

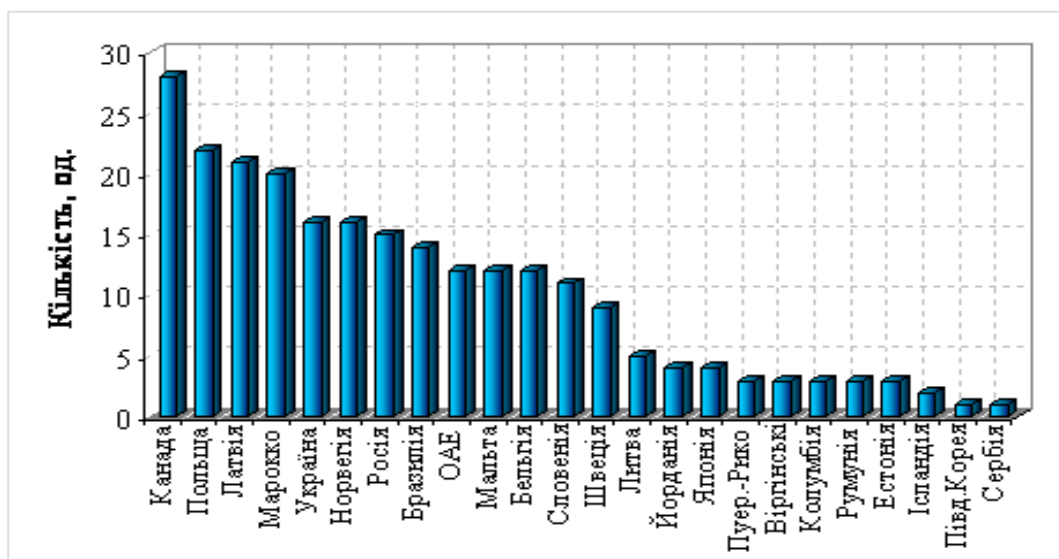


Рис. 5. Кількість пляжів країн, що отримали екознак Blue Flag у 2019 р.

Таблиця 2

Країни з малою кількістю блакитних прапорів

Держава	Нац. прапор	Кіль-ть, од.	Держава	Нац. прапор	Кіль-ть, од.	Держава	Нац. прапор	Кіль-ть, од.
Канада		28	ОАЕ		12	Пуерто-Рико		3
Польща		22	Мальта		12	В.Остр.США		3
Латвія		21	Бельгія		12	Колумбія		3
Марокко		20	Словенія		11	Румунія		3
Україна		16	Швеція		9	Естонія		3
Норвегія		16	Литва		5	Ісландія		2
Росія		15	Йорданія		4	Півд. Корея		1
Бразилія		14	Японія		4	Сербія		1

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Blue Flag Programme. URL : <http://www.blueflag.org> (дата звернення: 02.01.2020).
2. Критерии «Голубого флага». URL : <https://www.blueflag.global/criteria> (дата звернення: 02.01.2020).
3. Результаты Международного жюри «Голубого флага» 2019 года. URL : <https://www.blueflag.global/all-bf-sites> (дата звернення: 02.01.2020).
4. Галушкіна Т. П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика) : монография. Одесса : ИПРИЭЭИ НАН Украины, 2000. 280 с.
5. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19> (дата звернення: 05.01.2020).
6. Сталій розвиток та екологічна безпека суспільства: теорія, методологія, практика / Н.М. Андрєєва та ін. ; за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Хлобістова. Сімферопіль : АРІАЛ, 2011. 589 с.
7. Экологическая сертификация в туризме как инструмент гарантии качества и эффективного маркетинга. URL : <http://padarozze.ru/ekologicheskaya-sertifikatsiya-v-turizme-kak-instrument-garantii-kachestva-i-effektivnogo-marketinga> (дата звернення: 04.01.2020).
2. Blue Flag Criteria. URL: <https://www.blueflag.global/criteria> (accessed 2 January 2020).
3. Rezultaty Mezhdunarodnogo zhyuri Golubogo flaga 2019 goda [Results of the 2019 Blue Flag International Jury]. URL: <https://www.blueflag.global/all-bf-sites> (accessed 2 January 2020).
4. Galushkina T. P. (2011) Ekonomicheskie instrumentyi ekologicheskogo menedzhmenta (teoriya i praktika) : monografiya [Economic instruments of environmental management (theory and practice)]. Odessa : IPRIE NAS of Ukraine, 2000. 280 p. (in Russian)
5. Zakon UkraYini «Pro Osnovni zasadi (strateglyu) derzhavnoYi ekologichnoYi polltiki UkraYini na perlod do 2030 roku» [About the Fundamental Principles (Strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine until 2030]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19> (accessed 5 January 2020).
6. Staliy rozvitok ta ekologichna bezpeka suspilstva: teorlya, metodologlya, praktika [Sustainable development and environmental safety of society: theory, methodology, practice] / N. M. Andreeva ta In. ; za nauk. red. d.e.n., prof. E. V. Hlobistova. Simferopol: ARIAL, 2011. 589 p. (in Ukrainian)
7. Ekologicheskaya sertifikatsiya v turizme kak instrument garantii kachestva i effektivnogo marketinga [Environmental certification in tourism as a tool for quality assurance and effective marketing]. URL: <http://padarozze.ru/ekologicheskaya-sertifikatsiya-v-turizme-kak-instrument-garantii-kachestva-i-effektivnogo-marketinga> (accessed 4 January 2020).

REFERENCES:

1. Blue Flag Programme. URL: <http://www.blueflag.org> (accessed 2 January 2020).

ЦИРКУЛЯРНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ

CIRCULAR BUSINESS MODELS IN AGRICULTURAL SPHERE

УДК 338.432:519:886

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-47>**Ковальчук С.Я.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Вінницький національний аграрний
університет**Лукіянченко Р.О.**студент
Вінницький національний аграрний
університет**Kovalchuk Svetlana**

Vinnitsia National Agrarian University

Lukianenko Roman

Vinnitsia National Agrarian University

Протягом останніх десятиліть економічне зростання є невід'ємною складовою збалансованого використання природних ресурсів та забезпечення добробуту населення. Економіка замкнутого циклу є відповіддю на світові процеси модернізації економіки країн, в напрямку секторальної екологізації та підтримки сталого розвитку агропродовольчого сектору. Використання світового досвіду у використанні циклических моделей є активною підтримкою політики зеленого зростання, нарощування потенціалу країн для розвитку, що актуалізується у зв'язку із загостренням екологічних проблем. У статті проведено аналіз бізнес-моделей, які застосовуються в економіці замкнутого типу. Для кожного виду визначено особливості застосування в агропродовольчій сфері та яким чином вони використовуються за кордоном. Встановлено, що нормативна база з питань розвитку циркулярної економіки в ЄС значно ширша за вітчизняну і відповідає глобальним викликам світової економіки. Вона може стати орієнтиром для розвитку аграрного сектору України в напрямку зеленого зростання, адже Україна тільки починає запроваджувати принципи циркулярної економіки. Аналізуючи закордонний досвід автори прийшли до висновку, що впровадження циркулярних бізнес-моделей в агропродовольчій сфері несе в собі не тільки екологічний, а й економічний і соціальний ефект.

Ключові слова: циркулярна економіка, бізнес-моделі у циркулярній економіці, агропродовольча сфера, зелене зростання, кругообіг ресурсів, відновлення ресурсів.

В течение последних десятилетий экономический рост является неотъемлемой

составляющей сбалансированного использования природных ресурсов и обеспечения благосостояния населения. Экономика замкнутого цикла является ответом на мировые процессы модернизации экономики стран, в направлении секторной экологизации и поддержки устойчивого развития агропродовольственного сектора. Использование мирового опыта по внедрению циклических моделей является активной поддержкой политики зеленого роста, наращивания потенциала стран для развития, которое актуализируется в связи с обострением экологических проблем. В статье проведен анализ бизнес-моделей, которые применяются в экономике замкнутого типа. Для каждого вида определены особенности применения в агропродовольственной сфере, и каким образом они используются за рубежом. Установлено, что нормативная база по вопросам развития циркулярной экономики в ЕС значительно шире отечественной и отвечает глобальным вызовам мировой экономики. Она может стать ориентиром для развития аграрного сектора Украины в направлении зеленого роста, ведь Украина только начинает внедрять принципы циркулярной экономики. Анализируя зарубежный опыт, авторы пришли к выводу, что внедрение циркулярных бизнес-моделей в агропродовольственной сфере несет в себе не только экологический, но и экономический и социальный эффект.

Ключевые слова: циркулярная экономика, циркулярная экономика, бизнес-моделі в циркулярной экономике, агропродовольственная сфера, зеленый рост, круговорот ресурсов, возобновления ресурсов.

The newest tendencies of world economy, powerful bringing in of natural capital, deceleration of rates of growth of international trade, form the necessity of becoming of economy of the reserved cycle. One of major ecological problems of today there are growths of volumes of production offcuts and their utilization which predetermines the necessity of the use on principle of the new going near realization of economic activity. For a domestic agribusiness creation of the reserved production cycles must become the main constituent of ecologization on meso- and micro-scope, what would not only provide reduction of loading on an environment but also promoted innovative development of agricultural sphere. The modern socio-economic system is based on a linear economy «booty, production, consumption, troop landing». The basic element of creation of value of which is a financial stream in which primary material enters only at the beginning of chain of creation of cost. With the flow of time of sharpening of global problems urged on research workers to the search of alternative models productions which would utilize resources more rationally and abandoned a considerably less ecological imprint. The biggest-selling from them was become by the model of the reserved cycle of production or circular economy. In a circular economy an accent is done on the repeated use of materials. This model foresees the rational use of natural and technical resources, maximally effective energy-savings, repair in place of new purchase and lease in place of property, second processing of all of offcuts and receipt from them of new commodities, raw material and energy. The analysis of models of businesses, which are used in the economy of the reserved type, is conducted in the article. For every kind the features of application are certain in a agricultural sphere and how they are utilized abroad. It is set that normative base on questions of development of circular economy in ES considerably wider than domestic and answers the global calls of world economy. It can become orientation for development agrarian the sector of Ukraine in direction of green growth, in fact Ukraine only begins to inculcate principles of circular economy. Analyzing oversea experience authors came to the conclusion, that introduction of circular models of businesses in a agricultural sphere carries in itself not only ecological but also economic and social effect.

Key words: circular economy, models of businesses in a circular economy, agricultural sphere, green growth, rotation of resources, proceeding in resources.

Постановка проблеми. Новітні тенденції світової економіки, потужне залучення природного капіталу, уповільнення темпів зростання міжнародної торгівлі формують необхідність становлення економіки замкнутого циклу. Однією з найважливіших екологічних проблем сьогодення є зростання обсягів виробничих відходів і їх утилізація, що зумовлює необхідність використання

принципово нового підходу до здійснення господарської діяльності. Для вітчизняного агробізнесу головною складовою екологізації має стати створення замкнутих виробничих циклів на мезо- і мікро-рівні, які б не тільки забезпечили скорочення навантаження на навколишнє середовище, але і сприяли інноваційного розвитку агропродовольчої сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Концепція циркулярної економіки привернула увагу не тільки міжнародних організацій, урядів і фондів, а й ще зацікавила науковців економічного та екологічного спрямування. Проблеми впровадження економіки замкнутого циклу висвітлюються в працях зарубіжних та вітчизняних науковців: Wilts H., Berg H., Lacy P., Keeble J., Mc Namara R., Рибасова Ю., Батова Н., Сачек П., Точицкая И., Сергієнко-Бердюкова Л., Зварич І., Тимошенко І., Дронова О. та інших. Проте, питання впровадження циклічної економіки в агропродовольчий сектор, потребують поглиблених науково-теоретичних розробок та практичної реалізації стосовно новітніх викликів в напрямку зеленого зростання.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування необхідності формування та впровадження моделей замкнутого циклу в агропродовольчій сфері України. Для вирішення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: обґрунтувати причинно-наслідкові зв'язки між сталим розвитком та використанням моделі замкнутого циклу в агропродовольчому секторі країни; проаналізувати ефективність дієвості циркулярних моделей в зарубіжних країнах та необхідність їх впровадження в національний агропродовольчий сектор.

Виклад основного матеріалу. Сучасна соціально-економічна система заснована на лінійній економіці «видобуток, виробництво, споживання, викидання». Основним елементом створення цінності якої є матеріальний потік, в який входить тільки первинний матеріал на початку ланцюга створення вартості.

Зауважимо, що така система функціонування економіки має ряд значних недоліків. По-перше, обумовлює проблему ресурсів, що полягає у їх нераціональному використанні, що в свою чергу, призводить до їх відчутного зниження. По-друге, неефективність лінійного типу виробництва обумовлює проблему забруднення навколишнього середовища, адже наслідком такої системи є формування значної кількості відходів, які, створюють проблеми накопичення забруднюючих речовин у навколишньому середовищі, погіршують загальне екологічне становище, та використання значних площ земель під полігони та для захоронення відходів [2, с. 333-334].

З плином часу загострення глобальних проблем підштовхнули науковців до пошуку альтернативних моделей виробництва, які б використовували ресурси раціональніше та залишали значно менший екологічний відбиток. Найпопулярнішою з них стала модель замкнутого циклу виробництва або циркулярної економіки.

У циркулярній економіці акцент робиться на повторне використання матеріалів. Дана модель передбачає раціональне використання природних

і технічних ресурсів, максимально ефективно енергозбереження, ремонт замість нової покупки і оренду замість власності, вторинну переробку всіх відходів і отримання з них нових товарів, сировини та енергії [3, с. 122].

З першого погляду здається, що дана модель є звичайним процесом переробки відходів, але це не так. Взірцеві вона починає діяти задовго до того, як товар приходить у непридатність, потребує переробки або ремонту. Концепція циркулярної економіки має на увазі безпосередню участь на етапах планування і розробки товарів для забезпечення тривалого життєвого циклу й високого потенціалу для подальшого повторного використання, модернізації, відновлення та рециклінгу [4, с. 44].

У звіті фонду Елен Макартур «На шляху до циркулярної економіки-І» (фонд займається популяризацією принципів та ідей циркулярної економіки в усьому світі) підкреслюються вагомі переваги циркулярної економіки, та визначаються наступні цілі: «Циркулярна економіка є системою, яка є відновною за своїм наміром та замислом. У циркулярній економіці продукти створюються таким чином, щоб забезпечити їхнє зручне повторне використання, розбирання та повне відновлення – чи переробку – при розумінні того, що це є повторним використанням величезних кількостей матеріалу, відновленого з продуктів, які досягли завершення свого життєвого циклу. При цьому відсутній видобуток нових ресурсів, тобто, таким чином закладаються основи економічного зростання.

Крім того, циркулярна економіка робить наголос на використанні відновлюваної енергії та усуненні застосування токсичних хімікатів, котрі можуть завдати шкоди повторному використанню, і націлена на ліквідацію відходів за допомогою передового та інноваційного дизайну матеріалів, виробів, систем та, у рамках цього, бізнес-моделей» [4, с. 19].

З огляду на те, що економіка замкнутого циклу це принципово нова модель, яка матиме економічний, екологічний та соціальний ефекти як для вітчизняних підприємств, так і для забезпечення економіко-екологічної безпеки країни, адже циркулярна економіка в змозі забезпечити стійкий економічний розвиток без шкоди навколишньому середовищу [3, с. 125].

На сьогоднішній день рішенням проблеми сталого розвитку активно займається Організація Об'єднаних Націй та її структури. У 2015 році ООН прийняла глобальну програму сталого розвитку, яка містить 17 цілей (табл. 1), спрямованих на ліквідацію бідності, збереження ресурсів планети та забезпечення благополуччя для всіх. Дані цілі мають комплексний характер і забезпечують збалансованість усіх трьох компонентів сталого розвитку: економічного, соціального, екологічного.

Цілі сталого розвитку

Цілі сталого розвитку	Зміст цілей
Ціль 1	Подолання бідності у всіх її формах та усюди
Ціль 2	Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки поліпшення харчування і сприяти сталому розвитку сільського господарства.
Ціль 3	Забезпечити здоровий спосіб життя і сприяти добробуту для всіх в будь-якому віці.
Ціль 4	Забезпечити всеохоплюючу і справедливу якісну освіту і заохочувати можливості навчання протягом усього життя для всіх.
Ціль 5	Домогтися гендерної рівності та розширити права і можливості всіх жінок і дівчаток
Ціль 6	Забезпечити наявність і раціональне використання водних ресурсів та санітарії для всіх.
Ціль 7	Забезпечити загальний доступ до недорогого, надійного, стійкого і сучасного енергопостачання
Ціль 8	Сприяти неухильному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх
Ціль 9	Створити гнучку інфраструктуру, сприяти всеосяжній і стійкій індустріалізації і заохочувати інновації.
Ціль 10	Зменшити нерівність всередині країн і між ними.
Ціль 11	Зробити міста і населені пункти відкритими, безпечними, життєздатними і стійкими
Ціль 12	Забезпечити стійкі моделі споживання і виробництва
Ціль 13	Вжити термінових заходів з боротьби зі зміною клімату та її наслідками
Ціль 14	Зберігати і раціонально використовувати океани, моря і морські ресурси в інтересах сталого розвитку
Ціль 15	Зберігати і відновлювати екосистеми суші і сприяти їх раціональному використанню, раціонально розпоряджатися лісами, боротися з опустелюванням, зупинити і повернути назад процес деградації земель і зупинити процес втрати біорізноманіття.
Ціль 16	Сприяти створенню мирних і вільних від соціальних бар'єрів суспільств в інтересах сталого розвитку, забезпечувати доступ до правосуддя для всіх і створювати ефективні, підзвітні і засновані на широкій участі установи на всіх рівнях.
Ціль 17	Зміцнювати засоби досягнення сталого розвитку та активізувати роботу механізмів Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

Проте найбільш вагомим результатом, що забезпечує вирішення 12 цілей є перехід від прямолінійної до циркулярної економіки, яка характеризує собою систему виробництва і споживання при максимально ефективному використанні ресурсів, нульового утворення відходів і мінімізації зовнішніх негативних ефектів на навколишнє середовище [5].

У грудні 2015 року Комісія ЄС прийняла План дій ЄС для циркулярної економіки. «Циркулярний пакет» встановлює конкретну та амбітну програму дій, із заходами, що охоплюють весь цикл: від виробництва та споживання до управління відходами на ринку вторинної сировини, а додаток до плану дій визначає часові рамки, коли дії будуть виконані.

Багато в чому це пов'язано з тим, що запропоновані заходи сприятимуть «замкненню» життєвого циклу продукту шляхом більшої переробки та повторного використання, що принесе користь як для навколишнього середовища, так і для економіки в цілому [6, с. 93].

З огляду на невідкладність проблем, вітчизняна нормативно-правова база адаптується до більшості європейських підходів з питань управління відходами, що втілені у «Національній стратегії управління відходами в Україні до 2030 року», схваленою розпорядженням Кабінету Міністрів України від 08 листопада 2017 року [7].

Стратегія визначає головні напрямки державного регулювання у сфері поводження з відходами на найближчі десятиліття. Реалізація стратегії здійснюється в три етапи: перший – 2017–2018 роки, другий – 2019–2023 роки, третій – 2024–2030 роки. Тобто у роках кожний етап буде складати відповідно 2, 5 та 7 років, а разом 14 років відведено на реалізацію стратегії. Реалізація буде здійснюватися шляхом виконання загальних та спеціальних (за окремими видами відходів) заходів [8, с. 292].

Національна стратегія управління відходами не є шляхом перебудови української економіки з прямолінійної до замкнутої, а лише її початковий етап. При переході до економіки замкнутого циклу, з'являється необхідність у впровадженні нових, ресурсозберігаючих та екологічних бізнес-моделей. Необхідність раціонального використання природних ресурсів та екологічного виробництва також зазначені у Стратегії державної екологічної політики України до 2030 року, Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018–2020 роки та Експортній стратегії України (Дорожня карта) на 2017–2021 роки.

На сьогоднішній день науковці наголошують на класифікації моделей ведення господарства у циркулярній економіці, які передбачають кругообіг ресурсів (рис. 1). Дана класифікація розроблена міжнародним консалтинговим агентством

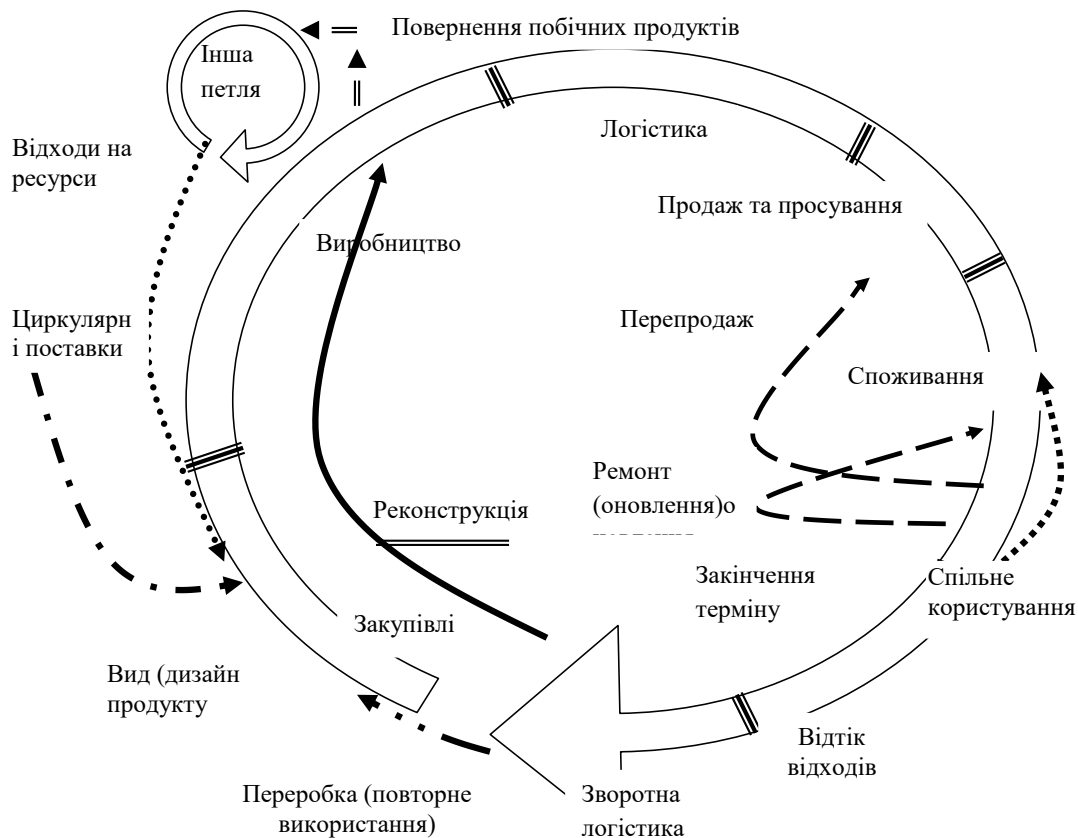


Рис. 1. Функціональна схема кругообігу ресурсів в циркулярній економіці

Accenture як один із результатів дослідження «Циркулярна економіка: інноваційні бізнес-моделі і технології для створення цінностей у світі без обмежень росту» (Circular Advantage: Innovative Business Models and Technologies to Create Value in a World without Limits to Growth) [9].

При дослідженні більш ніж 120 зарубіжних компаній, які проводили заходи підвищення ефективності використання ресурсів шляхом впровадження інновацій, Accenture виділяє 5 основних бізнес-моделей.

Циркулярні поставки (Circular Supplies) – бізнес-модель, при якій обмежені ресурси замінюються на повністю відновлювані. Така модель базується на тривалих наукових дослідженнях та розробках, передбачає забезпечення повністю переробними або здатними біологічно руйнуватися ресурсами, що складають основу циркулярної системи виробництва і споживання [10, с. 10]. Модель «Циркулярні постачальники» є максимально ефективною для компаній, які виробляють дефіцитні товари або ті, якіносять значну екологічну шкоду.

Яскравим прикладом впровадження даної бізнес-моделі у життя є нідерландська компанія Royal DSM, яка займається розробками у сферах охорони здоров'я, харчування та матеріалів. Фахівці Royal DSM розробили технологію виробництва

целюлозного біоетанолу, побічного продукту сільськогосподарської виробництва (кукурудзяне лушпиння, качани, стебла). Завдяки такій розробці, крім зниження обсягів відходів виробництва і скорочення забруднюючих атмосфери викидів (застосування біоетанолу призведе до зменшення видобутку викопного палива), компанія може створити більше 70 тис. пов'язаних робочих місць [11].

Таку бізнес-модель також впроваджують компанії North European Bio Tech Oy (Фінляндія) та POET-DSM Advanced Biofuels (Айова, США), яка дозволяє мінімізувати відходи виробництва, є новим джерелом доходу та створення нових робочих місць [10, с. 10].

Відновлення ресурсів (Resources Recovery) – модель, заснована на використанні технологічних інновацій по відновленню і повторному використанню ресурсів, забезпечує усунення їх втрат завдяки зниженню відходів та підвищенню рентабельності виробництва продукції від зворотних потоків. Дана модель є найбільш прийнятною для підприємств, як виробляють великі обсяги побічних продуктів, так і мають можливість ефективно відновлювати і переробляти відходи [10, с. 11].

Яскравим прикладом впровадження такої бізнес-моделі є брюссельська пивоварня «Reuters» та Саффордський пивоварний завод Adnams. Вони скуповують непроданий черствий хліб та

використовують у виробництві пива, адже хліб виготовлюється з тих саме зерен, що і хліб. У «Reuters» підрахували, що близько 30 відсотків ячменю, який використовується у пивоварінні, замінюють на півтори скибочки хліба на пляшку [12-14].

Продовження життєвого циклу продукції (Product life extension) – модель, яка дозволяє компаніям продовжити життєвий цикл продуктів та активів. Цінність продукту, яка в іншому випадку може бути втрачена за рахунок викинутих матеріалів, замість цього використовується компанією для підтримки або навіть поліпшення своєї продукції шляхом ремонту, модернізації, відновлення або продуктового ремаркетингу. Завдяки цьому продовженню використання створюється додатковий дохід. Використовуючи дану модель, компанія може гарантувати, що продукти залишаються економічно корисними як можна довше і що оновлення продукту виконується більш цілеспрямованим шляхом (наприклад, замінюється лише застарілий компонент, а не весь продукт в цілому). Ця модель підходить для більшості капіталомістких сегментів B2B (таких, як промислове обладнання) і B2C-компаній, які обслуговують ринки із продажу продуктів (або повторна торгівля) [9].

Проблемою продовження життєвого циклу товарів займається інститут REMADE у консорціум якого входять всесвітньовідомі виробники спецтехніки Caterpillar Inc та John Deere. Як приклад даної бізнес-моделі можна розглядати програми по відновленню, капітальному ремонту та модернізації устаткування американської корпорації Caterpillar Inc. Програми відновлення включають в себе сертифіковані реставрації, капітальний ремонт компонентів у дилерів, відновлення сонячних турбін та і інше. Повна сертифікація Cat Certified Rebuild включає більше 350 тестів і перевірок, автоматичну заміну близько 7000 деталей і аналогічну нову гарантію на машину [15].

Фінські компанії Ponsse та SR-Harvesting, які спеціалізуються на виробництві сільськогосподарських машин та обладнання для лісового господарства також застосовують дану бізнес-модель. Вони вилучають з непрацюючої техніки придатні деталі, доробляють до стану «нового» та реалізують з гарантією. Непридатні деталі з техніки переробляються [16].

Спільне користування (Sharing Platforms) – модель, яка базується на обміні та спільному використанні товарами та активами. Дана модель максимізує використання товару і може принести користь компаніям, чії продукти і активи мають низький коефіцієнт використання. Однак сьогодні вона найчастіше зустрічається серед компаній, що спеціалізуються на збільшенні коефіцієнта використання продуктів, які не займаються самим виробництвом, а створюють значний тиск традиційним виробникам [9].

Бізнес-модель привела до значних змін у сфері відносин споживачів між собою (C2C – consumertoconsumer), бізнесу та споживача (B2C – businesstoconsumer), і має значний потенціал в сфері відносин бізнес-бізнес (B2B (businesstobusiness)), тому що дозволяє потенційним конкурентам співпрацювати з метою розподілу постійних витрат, збільшує використання активів, та отримання доходів від спільної експлуатації обладнання і підвищує ефективність [10, с. 12].

Типовими для даної бізнес-моделі є шерингові сервіси: BlaBlaCar – пошук автомобільних попутників, Bird – сервіс оренди транспортних засобів, Airbnb – платформа для оренди приватного житла.

Модель спільного користування застосовується і у сільському господарстві. Так, американська лізингова онлайн-платформа Machinery Link Solutions забезпечує фермерам спільне користування сільськогосподарськими машинами та технікою. Більшість фермерів використовують свої комбайни приблизно чотири тижні за рік. Платформа дозволяє фермерам пропонувати своє обладнання, коли воно не використовується, щоб ним могли користуватись фермери з різних регіонів, які сплачують за оренду [17].

Продукт як послуга (Product as a service) – модель, в якій клієнти використовують продукцію шляхом «оренди» зі оплатою за фактом використання. Виступає альтернативою купівлі продукту, надаючи його в користування, наприклад, через договір оренди, лізингу і таке інше. У разі, коли виробник зберігає право власності на всі матеріали і обладнання, виникає стимул для створення продукту з довгим життєвим циклом (для забезпечення довговічності контракту на обслуговування), що вимагає мінімального обслуговування (для скорочення накладних витрат на обслуговування і підтримки задоволеності клієнтів), який оптимізований для повторного використання або утилізації окремих його деталей після закінчення терміну його служби [10, с. 14].

Застосування бізнес-моделі «продукт як послуга» на підприємствах агропромислового комплексу має одиничний характер. Так, нідерландська компанія Corperet, яка займається виробництвом пестицидів, надає послугу «врожай без шкідників». Вони дбають про і правильному застосуванні пестицидів. Завдяки цьому вони змогли перейти на органічні засоби боротьби зі шкідниками, які більш ефективні з точки зору витрат [18].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний економічний стан модернізації економіки вирізняється якісно новим рівнем, для якого характерне посилення вимог до збереження ресурсів із забезпеченням зеленого зростання, за якого ефективно задовольняються потреби суспільства без виснаження, деградації і забруднення природи. Отже, при обґрунтованому

підході, планомірний перехід до моделей замкнутого циклу в аграрному секторі, дозволить не тільки отримувати прибуток сільськогосподарським виробникам, але й запобігати забрудненню атмосферного повітря, водних і земельних ресурсів шкідливими речовинами, забезпечуючи при цьому сприятливі умови для життєдіяльності людей. Стратегічними напрямками переходу на циркулярні бізнес-моделі розвитку агропродовольчого виробництва українській владі спільно з бізнесом та громадянським суспільством доцільно напрацювати окремі дорожні карти чи плани дій з виразними напрямками очікуваних результатів. За наявності чітких європейських орієнтирів модернізації потрібно максимально використовувати фінансові інструменти підтримки. Реалізація моделей замкнутого циклу на практиці буде стимулювати підвищення екологічної відповідальності та економічної ефективності агропромислового виробництва, сприятиме поліпшенню загальної екологічної ситуації та стане ключовими кроками екологоорієнтованого розвитку агропродовольчої сфери.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Модели замкнутого цикла в аграрном секторе экономики: от теории к практике. *Вестник НГИЭИ*. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-zamknutogo-tsikla-v-agrarnom-sektore-ekonomiki-ot-teorii-k-praktike> (дата звернення: 04.01.2020).
2. Сергієнко-Бердюкова Л. В. Передумови формування та впровадження концепції циркулярної економіки. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. Вип. 3 (33) С. 327–350.
3. Зварич І. Циркулярна економіка і глобалізоване управління відходами. *Журнал Європейської економіки*. 2017. т. 16. № 1 (60). С. 41–57
4. Тимошенко І. Л., Дронова. О. Л. Циркулярна економіка для умов України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 9. С. 120–127.
5. Wilts H., Berg H. The digital circular economy: can the digital transformation pave the way for resource-efficient materials cycles? *Wuppertal Institute*. 2017. URL: https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/6978/file/6978_Wilts.pdf. (accessed 10 January 2020)
6. Зварич І. Я. Імплементация дій ЄС у сфері циркулярної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 25. С. 93–98.
7. Про схвалення Національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 820–р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80>. (дата звернення: 12.01.2020).
8. Стручок В., Мудра Д. Аналіз національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 року щодо проведення інфраструктурних заходів з перероблення твердих побутових відходів. *Фундамен-*

тальні та прикладні проблеми сучасних технологій: матеріали Міжнародної науково-технічної конференції, м. Тернопіль, 22-24 травня 2018 р., Тернопіль, 2018. С. 292-293.

9. Lacy P., Keeble J., McNamara R. Circular advantage: innovative business models and technologies to create value without limits to growth *Accenture*. 2015. URL: https://www.accenture.com/t20150523t053139_w_usen/_acnmedia/accenture/conversion-assets/dotcom/documents/global/pdf/strategy_6/accenture-circular-advantage-innovative-business-models-technologies-value-growth.pdf. (accessed 15 January 2020).

10. Батова Н., Сачек П., Точицкая И. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие практики. *Центр экономических исследований БЕОК*. 2018. URL: http://www.beroc.by/webroot/delivery/files/PP_5_rus.pdf (дата звернення: 15.01.2020).

11. Hodes D. Advancing biofuels. *Globa l Corporate Xpansion Magazine*. 2013. URL: <http://gcxmag.com/2013/04/advancing-biofuels/> (accessed 16 January 2020).

12. Zimmerman E. The sharing economy expands into B2B with yard club. *Forbes*. 2015. URL: <https://www.forbes.com/sites/eilenezimmerman/2015/06/12/the-sharing-economy-expands-into-b2b-with-yard-club/#1b0cd4076e4c> (accessed 16 January 2020).

13. Smithers R. Raise a toast! New beers made from leftover bread help to cut food waste. *The Guardian*. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/apr/28/new-beers-made-from-leftover-bread-marks-and-spencer-adnams> (accessed 16 January 2020).

14. Bartunek R. Brussels brewer uses leftover bread to make beer. *Reuters*. 2015. URL: <https://www.reuters.com/article/belgium-beer-bread/brussels-brewer-uses-leftover-bread-to-make-beer-idUSL6N0WS2LW20150417> (accessed 17 January 2020).

15. Circular economy. *Caterpillar*: веб-сайт. URL: <https://www.caterpillar.com/en/company/sustainability/remanufacturing.html> (accessed 17 January 2020).

16. The most interesting companies in the circular economy in Finland. *SITRA*: веб-сайт. URL: <https://www.sitra.fi/en/projects/interesting-companies-circular-economy-finland/> (accessed 17 January 2020).

17. Zuckerman J. Machinery link: where uber meets agriculture. *Northern Virginal Daily*. 2016. URL: <http://www.nvdaily.com/news/local-news/2016/06/hold-machinery-linksolutions-where-uber-meets-agriculture/> (accessed 18 January 2020).

18. Goedkoop M. Five ways to circular economy and LCA: Product as a service. *SimaPro*. 2016. URL: <https://simapro.com/2016/five-ways-to-circular-economy-and-lca-product-as-a-service/> (accessed 18 January 2020).

REFERENCES:

1. Rybasova Yu. V., Cherednichenko O. A., (2016). Modeli zamknutogo tsikla v agrarnom sektore ekonomiki: ot teorii k praktike [Circular models in the agricultural sector: from theory to practice]. *Vestnik NGIEI [Herald of NGIEI]*. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-zamknutogo-tsikla-v-agrarnom-sektore-ekonomiki-ot-teorii-k-praktike> (accessed 04 January 2020)

2. Serhienko-Berdiukova L. V., (2015). Background formulation and implementation of the concept of circular economy [Prerequisites for formation and implementation concepts of circular economy]. *Problemy teorii ta metodologii bukhholderskoho obliku, kontroliu i analizu*, Vol. 3 (33) pp. 327–350.
3. Zvarych I., (2017). Cyrkuljarna ekonomika i ghlobalizovane upravlinnja vidkhodamy [Circular economy and global waste management]. *Journal of the European economy*, Vol. 16, no. 1 (60), pp. 41-57.
4. Tymoshenok I. L., Dronova O. L., (2018). Cyrkuljarna ekonomika dlj aumov Ukrainy [Circular economy for the conditions of Ukraine]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, Vol. 9, pp. 120–127.
5. Wilts H, Berg H., (2017). The digital circular economy: can the digital transformation pave the way for resource-efficient materials cycles?. *Wuppertal Institute*. Available at: https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/6978/file/6978_Wilts.pdf. (accessed 10 January 2020).
6. Zvarych I., (2019). Implementacija dij JeS u sferi cyrkuljarnoji ekonomiky [Implementation of the EU action plan in the circular economy]. *Naukovi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu*, Vol. 25, pp. 93–98.
7. On approval of the National Waste Management Strategy in Ukraine until 2030 (2017, November 8). Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy (in Ukrainian).
8. Struchok V., Mudra D., (2018). Analiz nacionaljnoji strategiji upravlinnja vidkhodamy v Ukraini do 2030 roku shhodo provedennja infrastruktornykh zakhodiv z pereroblennja tverdykh pobutovykh vidkhodiv [Analysis of the national waste management strategy in Ukraine before 2030 on conducting infrastructure measures for the processing of solid domestic wastes]. *Proceedings of the Fundamentalni ta prykladni problemy suchasnykh tekhnologij :materially mizhnarodnoji naukovo-tekhnichnoji konferenciji (Ukraine, Ternopil, May 22-24, 2018)*. Ternopil: Ternopilskyi natsionalnyi tekhnichniy universytet imeni Ivana Puliuia, pp. 292-293.
9. Lacy P., Keeble R., McNamara R., (2015). Circular advantage innovative business models and technologies to create value without limits to growth. *Accenture*. Available at https://www.accenture.com/t20150523t053139_w_us-en_acnmedia/accenture/conversion-assets/dotcom/documents/global/pdf/strategy_6/accenture-circular-advantage-innovative-business-models-technologies-value-growth.pdf(accessed 15 January 2020).
10. Batova N., Sachek P., Tochitskaya., (2018). Tsirkulyarnaya ekonomika v deystvii: formy organizatsii i luchshie praktiki [Circular economics in action: forms of organization and best practices]. *Tsentr ekonomicheskikh issledovaniy BEROK [Center for Economic Research BEROK]*. Available at: http://www.beroc.by/webroot/delivery/files/PP_5_rus.pdf (accessed 15 January 2020).
11. Hodes D., (2013). Advancing Biofuels. *Global Corporate Xpansion Magazine*. Available at: <http://gcxmag.com/2013/04/advancing-biofuels/>. (accessed 16 January 2020).
12. Zimmerman E., (2015). The Sharing Economy expands Into B2B with yard club. *Forbes*. Available at: <https://www.forbes.com/sites/eilenezimmerman/2015/06/12/the-sharing-economy-expands-into-b2b-with-yard-club/#1b0cd4076e4c>(accessed 16 January 2020).
13. Smithers R., (2018). Raise a toast! New beers made from leftover bread help to cut food waste. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/apr/28/new-beers-made-from-leftover-bread-marks-and-spencer-adnams> (accessed 16 January 2020).
14. Bartunek R., (2015). Brussels brewer uses leftover bread to make beer. *Reuters*. Available at: <https://www.reuters.com/article/belgium-beer-bread/brussels-brewer-uses-leftover-bread-to-make-beer-idUSL6N0WS2LW20150417>(accessed 17 January 2020).
15. Caterpillar, (2018) Circular economy. Available at: <https://www.caterpillar.com/en/company/sustainability/remanufacturing.html>(accessed 17 January 2020).
16. SITRA, (2017) The most interesting companies in the circular economy in Finland. Available at: <https://www.sitra.fi/en/projects/interesting-companies-circular-economy-finland/>(accessed 17 January 2020).
17. Zuckerman J., (2016). Machinery link: where uber meets agriculture. *Northern Virginal Daily*. Available at: <http://www.nvdaily.com/news/local-news/2016/06/hold-machinery-linksolutions-where-uber-meets-agriculture/>(accessed 18 January 2020).
18. Goedkoop M., (2016). Five ways to circular economy and LCA: Product as a service. *SimaPro*. Available at: <https://simapro.com/2016/five-ways-to-circular-economy-and-lca-product-as-a-service/> (accessed 18 January 2020).

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ SOCIAL CAPITAL AS AN IMPORTANT RESOURCE OF STATE DEVELOPMENT

УДК 352.075

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-48>

Капітанець С.В.

к.п.н., доцент, старший науковий співробітник відділу удосконалення протидії митним правопорушенням
Науково-дослідний центр митної справи
Науково-дослідного інституту фіскальної політики
Університету державної фіскальної служби України

Kapitanets Svitlana

Research Center of Customs Affair
of Research Institute Fiscal Policy of State
Fiscal Service University of Ukraine

У статті розглянуто питання соціального капіталу як чинника соціально-економічного розвитку держави в умовах інституційних змін. Указано на важливість розвитку складників соціального капіталу, таких як довіра, безпека, комунікації та інклюзія. Виокремлено три основні моделі соціального капіталу. Доведено, що розвиток людського капіталу пов'язаний із розвитком соціального і за наявності суспільних відносин у співтоваристві активно розвивається та служить розвитку спільноти. Проте невизначеність та нестабільність у державі можуть призвести до порушення ціннісних орієнтацій та недовіри суспільства, недотримання соціальних норм, тобто до деструкції та нестійкості розвитку соціального капіталу. Також встановлено, що вибір України як держави, котра декларує прагнення подолати кризові тенденції свого розвитку та відповідати викликам зміни технологічних укладів цивілізаційного розвитку, неодмінно має спрямовуватися на підвищення ролі, розвитку та накопичення соціального капіталу як важливого державного ресурсу.

Ключові слова: соціальний капітал, соціальні зв'язки, людський капітал, громадськість, довіра, безпека, комунікації, інклюзія.

В статье рассмотрены вопросы социального капитала как фактора социально-

экономического развития государства в условиях институциональных изменений. Указано на важность развития составляющих социального капитала, таких как доверие, безопасность, коммуникации и инклюзия. Выделены три основных модели социального капитала. Доказано, что развитие человеческого капитала связано с развитием социального и при наличии общественных отношений активно развивается и служит развитию сообщества. Однако неопределенность и нестабильность в государстве могут привести к нарушению ценностных ориентаций и недоверию общества, несоблюдению социальных норм, то есть к деструкции и неустойчивости развития социального капитала. Также установлено, что выбор Украины как государства, которое декларирует стремление преодолеть кризисные тенденции своего развития и отвечать вызовам изменения технологических укладов цивилизационного развития, непременно должен направляться на повышение роли, развития и накопления социального капитала как важного государственного ресурса.

Ключевые слова: социальный капитал, социальные связи, человеческий капитал, общественность, доверие, безопасность, коммуникации, инклюзия.

The issues of value orientations of society, trust and respect for social norms, which are the main components of social capital, are becoming increasingly important in the face of rapid change, uncertainty and instability. The development of social capital ensures the sustainability of social and economic growth and the effectiveness of governance. The destruction of accumulated social capital, the absence of new directions for its growth and replenishment raises fears about the possible loss of such important resource for the development of the state. It is determined that social capital includes the totality of the subjects of social life, the network of their relationships, values and norms, which they adhere to, as well as the various activities performed by them on their own initiative within the established network of connections and in compliance with the established system of norms of social interaction. It is proved that the development of human capital is connected with the development of social and, in the presence of public relations in the community, actively develops and serves the development of the community. However, uncertainty and instability in the state can lead to a violation of value orientations and distrust of society, failure to observe social norms, that is, to destruction and instability of social capital development. The results of the conducted research can be used by state bodies of different levels, as well as by institutes of civil society in the direction of improvement of their activity and realization of representative functions in advisory structures. Proposals for the development of social capital components such as trust, security, communications and inclusion deserve special attention. In this article, the authors argue that social capital is the next stage in the evolution of human capital, where communication within established communities, through the accumulation of a certain level of trust and mutual responsibility, acquires a synergistic ability to form a new resource. One of the conditions for the development and improvement of the quality of human capital is a high index of social freedom and investment in the development of active and conscious people, the formation of a tolerant attitude to new vectors of social development, the filling of a new meaning of the role of man in the life of the state, the main feature of which is a high level of social responsibility to society.

Key words: social capital, social relations, human capital, public, trust, security, communications, inclusion.

Постановка проблеми. Реформи в Україні здійснювалися виходячи з пріоритетів переходу до ринкової економіки та демократії. І хоча цей перехід може бути визнаний таким, що формально відбувся, якість демократії та ринку залишається сумнівною. Одна з причин цього – нехтування значимістю соціальних і культурних чинників, що перебували за межами економіки і не були оцінені належним чином. Йдеться саме про соціальний капітал, розвиток якого забезпечує

сталість соціально-економічного зростання та ефективність управління. Стає зрозумілим, що вирішення завдань удосконалення демократії та ринку неможливе без урахування того, що раніше називали «людським чинником». Це поняття не охоплює повністю ролі людини, культури, суспільства в соціальних перетвореннях і потребує більш сучасної інтерпретації, що включає аналіз різних форм капіталу та провідного серед них – соціального капіталу. Проблема людини, людського

чинника впирається у способи соціалізації, можливості відтворення соціуму, розвитку соціальних зв'язків. Розгалужена мережа таких зв'язків, по суті, формує соціальний капітал.

Сучасний світ постійно перебуває у стані наростаючих глобальних змін: економічних, соціальних, екологічних, політичних тощо. Окрім того, історичні зміни траєкторії розвитку соціуму призвели до того, що закономірності його відтворення були порушені. Соціалізація людей стала здійснюватися переважно у найближчому оточенні (сім'ї, школі, вулиці, роботі тощо). Громадське ж відтворення соціальних зв'язків, перебуваючи у залежності від найближчого оточення, виявилось сьогодні ослабленим як у масштабах усього соціуму (макрорівні), так і на мікро- та мезорівні. Не додає оптимізму й високий рівень корупції та злочинності в державі, а роль соціального капіталу у розвитку економіки, суспільства, соціальних груп та індивіда фактично ігнорується. Проте руйнування накопиченого соціального капіталу, відсутність нових напрямів його нарощування та поповнення породжують побоювання щодо можливої втрати такого важливого ресурсу розвитку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасний стан наукових дискусій у галузі дослідження соціального капіталу багато в чому визначається підходами, що були сформульовані засновниками цієї теорії: П. Бурдье, Г. Лоурі, Дж. Коулменом, В. Бейкером, М. Шиффом, Г. Уайтом, М. Грановеттером, Р. Бьортом, Н. Ліном, Р. Патнемом, А. Портесом, Ф. Фукуямою. Теоретичні основи концепції соціального капіталу розроблялися також у роботах російських та українських дослідників: В. Радаєва, П. Шихірева, В. Римського, А. Бови, В. Степаненка, О. Демківа.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття сутності та ролі соціального капіталу як чинника соціально-економічного розвитку держави в умовах інституційних змін.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Соціальний капітал – поняття, що характеризує соціальні мережі і взаємозв'язки між людьми у суспільстві. Термін «капітал» уживається, оскільки соціальні мережі (їх характер і форма) повільно змінюються, зберігаючись і накопичуючись протягом тривалого часу. Його можна вважати показником культурного рівня суспільства, культурного капіталу. Як зазначає І. Кочума, соціальний капітал має низку характеристик, що властиві економічному капіталу, а саме: обмеженість, здатність до накопичення, конвертованість, відтворення [1]. Він не зводиться до певних набутих у процесі виробничої діяльності здібностей людини, не існує поза межами людського суспільства, але й не є атрибутом певної особистості.

Передумова побудови і розвитку соціального капіталу – дружні і чесні стосунки з іншими людьми,

з членами іншої соціальної групи. Підтримуючи «взаємовигідні» умови, тобто постійно збільшуючи загальний соціальний капітал, члени груп зміцнюють зв'язки один з одним. При цьому чим міцніший взаємозв'язок і взаємозалежність людей, тим більший їхній соціальний капітал і менша потреба в нормативному регулюванні відносин, що є характерним для «моральної економіки», в основі котрої відображена стратегія виживання суспільства в умовах прояву деструктивних явищ.

У цьому контексті варто згадати Дж. Скотта, який метафорично пояснює економічну ситуацію більшості традиційних суспільств до другої половини ХХ століття: «...Є райони, у яких стан населення нагадує стан людини, що весь час стоїть по шию у воді, коли легкої хвилі досить, щоб вона захлинулася» [2, с. 7]. У такій ситуації людина понад усе прагне уникнути ризику. При цьому підприємницький азарт, спроби політичної організації відходять у традиційних співтовариствах на другий план. Принцип «головне – вижити» превалює абсолютно. Дивні, на перший погляд, події в суспільно-політичному житті виявляються продуманими формами елементарного соціально-економічного перестрашування. Розглядаючи це, Дж. Скотт посилається на класичне твердження К. Поланьї: «Відсутність загрози індивідуального голоду у певному значенні робить архаїчне суспільство гуманнішим порівняно з ринковою економікою, але водночас економічно менш ефективним» [3]. Окрім того, Дж. Скотт, спираючись на історико-соціологічні дослідження К. Поланьї, О. Чаянова і Елва П. Томпсона, пояснює у власній концепції етики існування або виживання. Дж. Скотт формулює кілька правил традиційного виживання, одне з яких: схильність до традиційних форм існування є прагненням звести до мінімуму ризик голоду в разі зникнення джерела фінансового і продовольчого забезпечення. Лише за наявності твердих гарантій від ризику люди згодні на інновації. Прикладом цього є стрімке зростання економіки таких країн, як Японія, Норвегія. «Я прагну показати, – наголошував Дж. Скотт, – як страх перед голодом пояснює багато особливостей технічної, соціальної і моральної організації суспільства, котрі без цього зрозуміти неможливо» [4].

Свідомість сучасних громадян України є синтезом традиційної стратегії «виживання» з колективізованою радянською епохою свідомістю. Відбулося накладання й переплетення традиційних типів колективності. Ілюзія стабільності у 70-х роках минулого століття дуже характерна для свідомості громадян. Як зазначав уже згаданий відомий дослідник суспільних відносин Дж. Скотт, «тепер переоцінене минуле стало необхідним для оцінки лякаючого сьогодення. Фактично пам'ять допомагає ніби усунутися від реального життя, бо життя це дуже тяжке» [5]. Погіршення економічного

благополуччя призводить до зростання витрат на харчування. Так, у 2018 р. 44,5% своїх доходів українці витрачали на придбання продуктів харчування та безалкогольних напоїв. При цьому спостерігається зростання недовіри населення до влади як гаранта соціального захисту населення. Так, лише 9% мешканців мають довіру до керівництва країни. Це найнижчий рівень довіри у світі вже другий рік поспіль. До того ж цей показник набагато нижчий середнього показника для колишніх радянських держав (48%), а також середнього показника у світі (56%) у 2018 р.

Уперше термін «соціальний капітал» використав Л.Дж. Ханіфан, розуміючи під ним солідарність та соціальні зв'язки, що існують у певній соціальній групі. П. Бурдьо створив теорію суспільства, що складається з певних «практик» як способів дій індивідів і колективів, розглядаючи практики як щось середнє між простою реалізацією культурних правил та результатом індивідуальних імпровізацій. Люди завжди діють в умовах нерівноваги, а приклади поведінки, котрі їм пропонуються, не завжди є вдалимими і часто сповнені протиріч. У практиках знаходиться відображення властивий лише окремій соціальній групі напівусвідомлений стиль поведінки, який сформувався в результаті суспільного розвитку. У даному разі вона проявляється у формі неформальних відносин.

Соціальний капітал аналізується як на рівні конкретного індивіда, так і певної соціальної групи. У першому випадку під соціальним капіталом розуміємо якісну характеристику індивіда, сукупність його знань, умінь, котрі дають йому змогу отримати прибуток, тобто це інвестиції, які спрямовує в себе індивід, розвиваючи свою суб'єктивність. Наприклад, П. Бурдьо визначає соціальний капітал як сукупність актуальних чи потенційних ресурсів, пов'язаних із наявністю міцних мереж: зв'язків, незначних інституційних відносин взаємного знайомства і визнання [6]. Також під соціальним капіталом розуміється активна взаємодія між людьми. Довіра і загальні цінності пов'язують членів співтовариства, дають можливість координувати свою діяльність. Соціальні зв'язки є структурним елементом відтворення соціального капіталу завдяки нормам, цінностям і довірі, підтримуючи соціальні зв'язки та взаємодію між суб'єктами. Наявність певних цінностей, довіри і мереж, що сформувалися у співтоваристві, сприяє розширеному відтворенню соціального капіталу.

Р. Патнем визначає соціальний капітал як якість діяльності громадських рухів, члени котрих співпрацюють на основі, з одного боку, горизонтальної довіри, що породжує згоду учасників руху, а з іншого – на основі вертикальної довіри, що полягає у взаємозв'язку з органами державної влади на різних рівнях. Таким чином, він включив у структуру соціального капіталу соціальні

мережі, зв'язки і довіру [7]. Два перших фактори є соціально-психологічними атрибутами індивіда, що оцінюються через інтенсивність і силу контактів, членство у громадських об'єднаннях, електоральну активність, задоволеність взаємовідносинами, дотримання норм взаємовідносин, почуття безпеки, довіру до сусідів та соціальних інститутів. Найбільш поширені вимірювання соціального капіталу в дослідженнях – це цінності, якими характеризуються довіра, повага до оточуючих, готовність допомагати, толерантність, членство в асоціаціях та клубах за інтересами, зокрема у профспілках, благодійність, волонтерство, тощо. Соціальний капітал особистості розглядається дослідниками як система психологічних характеристик особистості і норм співтовариства, у якому людина реалізує себе та здійснює накопичення соціального капіталу. Його формування та розвиток, глибина його деформації відрізняються в групах із високим і низьким рівнями сприйняття особистістю соціальних нормативів, включаючи показники індивідуальної відповідальності, інтелектуальної незалежності і поваги до права. Виникає співтовариство, у якому реалізується певна програма поведінки. Відходять покоління, з'являються нові люди, змінюються економічні умови, політичний устрій, але програма діє, залучаючи до виробництва нових людей. Таке відтворення відповідних форм людської поведінки за безпосередніми зріцями можна визначити як «соціальну естафету». Крім того, «соціальні естафети» частково пояснюють механізм реалізації програми, але не її виникнення. І хоча загальні чинники зрозумілі, конкретне місце виникнення співтовариства, наприклад кластера, часто пояснити складно. Недаремно у західних авторів, що намагалися пояснити виникнення технополісів, популярна формула причинності: «Час, місце і ...загадка». Із позиції структури їх побудови соціальний капітал виступає як сукупність міжособистих контактів, що створюють певну мережу. З позиції інституційного розвитку він утілює у собі накопичену довіру і визначається кількістю закумуляованих зобов'язань.

І. Дудова як форми соціального капіталу виділяє «соціальні мости» і «соціальні зв'язки» [8]. Соціальні зв'язки являють собою систему взаємовідносин усередині групи людей, що характеризуються первинністю для індивіда, котрий має сімейний характер. Соціальні мости автор розглядає як капітал, що виникає у стосунках між сторонніми учасниками соціальної взаємодії, яка характеризується міжособистісною довірою. Поняття соціальних зв'язків у структурі соціального капіталу, на думку автора, становить систему відносин між різними соціальними групами, що мають доступ до різних ресурсів і влади. Окрім того, соціальні зв'язки повинні базуватися на довірі членів спільноти один до одного, легітимізованих правилах і нормах,

котрі регулюють взаємодію у межах спільноти, а також інститутах, що забезпечують її нормальне функціонування. До цього можна додати позитивні цілі членів групи або спільноти, оскільки не будь-який соціальний зв'язок або мережа відповідає поняттю соціального капіталу. Норми ж, що створюють соціальний капітал, навпаки, повинні включати такі чесноти, як правдивість, обов'язковість, взаємність. Дослідження соціального капіталу в контексті інституціонального підходу виводить до проблематики довіри як виконання зобов'язань без застосування санкцій. Саме на цій основі ґрунтуються так звані неформальні відносини між членами співтовариства.

Варто зазначити, що нині у науковому середовищі прослідковується виокремлення трьох основних моделей соціального капіталу. Прихильник першої, мальтузіанської, моделі розвитку співтовариства Дж. Коулмен представляє західну школу, котру можна назвати школою «економії ресурсів». Він вважає, що соціальний капітал є суспільним благом, проте вибудовується індивідами з метою подальшого отримання індивідуальної та соціальної вигоди. Соціальний капітал у трактуванні Дж. Коулмена – ресурси соціальних відносин, мережі, які спрощують дії індивідів завдяки формуванню взаємної довіри, визначенню взаємних зобов'язань та очікувань, установленню соціальних норм та взаємовідносин [9]. Соціальний і людський капітали приносять дивіденди лише у разі їх використання. У його концепції «кредиту добрих справ» соціальний капітал визначається не стільки в кількості корисних зв'язків, скільки в їхній якості: його значення максимальне у тих групах, де люди найбільше один одному довіряють, у тому числі в результаті залежності членів один від одного і вимушених «кредитів довіри», «довірчих розписок». Користуючись соціальним капіталом, людина зазвичай виснажує його («перебуваючи в боргах»). Допомогаючи ж іншим його використовувати («даючи в кредит»), вона розширює власну монополію. Однак, щоб бути корисним, доводиться використовувати свої зв'язки.

У другій моделі суспільного ресурсу соціальний капітал – феномен, що має суспільну, а не індивідуальну природу. Соціальний капітал притаманний самій структурі людських взаємовідносин. Таким чином, соціальний капітал не може перебувати у власності окремого індивіда, він є суспільним благом, яким можуть користуватися всі. При цьому у групах із високим рівнем капіталу соціальний контроль настільки високий, що істотно обмежує свободу людей. Це може призвести до уповільнення розвитку групи і до проявів деструктивних явищ у суспільно-політичному житті країни.

У третій моделі соціальний капітал – соціальне багатство особистості, що виражається у сукупності її міжособистісних зв'язків, надає їй доступ

до ресурсів партнерів і дає можливість партнерам користуватися її ресурсами. Це поняття найбільш характерне для ментальності нашого народу. Поняття соціального капіталу дає змогу оцінити значимість міжособистісних і соціально-психологічних відносин під кутом проблеми взаємозв'язку цінностей особистості та суспільства, розвитку людського й соціального капіталів.

Дія соціального капіталу базується на принципах соціальної єдності, тобто згуртованості, цілісності і неподільності суспільства. За допомогою соціального капіталу забезпечуються соціальна справедливість, тобто рівні можливості для реалізації прав і свобод громадян, задоволення соціально-економічних потреб, консолідація суспільства – зміцнення, згуртування членів суспільства.

Важливо наголосити, що ефективність розвитку соціального капіталу, включаючи якісну вибудову горизонтальних відносин індивідів, чіткого встановлення соціальних норм та визначення цінностей, цільові установки, залежить від рівня розвитку його складників, таких як довіра, безпека, комунікації та інклюзія. Так, найважливіший складник соціального капіталу – довіра необхідна передусім для успішного розвитку країни загалом. У суспільстві з високим рівнем довіри зазвичай вищий рівень визнання публічної влади, а отже, нижчі витрати на підтримку порядку, реформ, що впроваджуються органами влади, проходять легше, тому що скорочуються витрати на вирішення соціальних конфліктів. У багатьох країнах із низьким рівнем довіри люди не мають елементарних інституціональних гарантій, що захищають їх від політичного свавілля. А це є перешкодою консолідації суспільства і влади. Окрім довіри, експерти відводять важливу роль і безпеці, адже низький рівень забезпечення безпеки гальмує формування соціального капіталу шляхом послаблення соціальних зв'язків, пришвидшення «витоку» людського капіталу з регіонів із високими рівнями загроз та зростанням інтенції щодо міграції з країни. Турбота про власну безпеку погіршує споживчі настрої громадян, а очікувана підвищена ймовірність кримінальних ризиків для власності демотивує соціальне споживання. Посиленню мережевих (соціальних) зв'язків сприятиме й розвиток комунікації, що підвищує гнучкість взаємодії та загалом адаптивність суспільства до змін. З одного боку, в умовах стрімкого оцифрування (діджиталізації) інформації важливим є освоєння нових інформаційних технологій із метою удосконалення віртуальної комунікації. З іншого боку, окрім дистанційної взаємодії, не слід нехтувати вербальним спілкуванням. Останнє забезпечує не лише відкритість суспільства, а й потребу кожної людини повноцінно розвиватись як особистість, жити у соціумі, об'єднуватись і працювати у соціальних групах, завдяки чому здійснюється інтеграція людей, виробляються норми поведінки, взаємодії. Ще

одна компонента соціального капіталу, що завдяки сталості взаємної відповідальності та взаємодії забезпечує довіру, поширення комунікації і значимість котрої останнім часом суттєво зростає, – це інклюзія соціальних спільнот до процесу прийняття рішень та практичного здійснення змін щодо умов їх існування у локальному середовищі й у країні загалом. Рівень повноти та результативності участі громадськості у соціально-економічному та політичному житті держави є вагомим стимулятором її усталеності, що, своєю чергою, нарощує продуктивність представленого нею соціального капіталу, дає змогу оптимізувати прийняття рішень щодо розподілу суспільних благ та функціональних ролей членів суспільства [10, с. 295–309].

З огляду на вищевикладене, цілком логічно припустити, що для розвитку соціального капіталу першочергово необхідні:

- стабілізація відносин довіри, що уможливить здійснення не завжди простих для суспільства реформ, котрі матимуть своїм результатом поліпшення умов для відтворення людського капіталу – реформування трудових відносин, сфер охорони здоров'я, освіти, соціальної допомоги тощо;

- проведення цілеспрямованої політики з роз'яснення реального рівня ризиків як чинників небезпеки та забезпечення прозорості заходів щодо її запобігання;

- перехід від кількісної до якісної віртуальної комунікації, зокрема через перетворення закритих мереж у відкриті, зі зручним інтерфейсом та сприяння розширенню можливості громадян використовувати електронні комунікації; створення умов для підвищення фізичної мобільності громадян, що через вербальне спілкування поліпшить їх рівень відкритості та поінформованості, а також дасть змогу модифікувати відчуття регіональної ідентичності відповідно до вимог часу;

- сприяння розвитку інститутів громадянського суспільства та збільшення можливостей реалізації їхніх представницьких функцій у дорадчих структурах при державних органах виконавчої влади різних рівнів, делегування таким інститутам певних повноважень регуляторних функцій та моніторингу.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, соціальний капітал є наступним етапом еволюції людського капіталу, на якому комунікації в рамках усталених спільнот унаслідок накопичення певного рівня довіри та взаємної відповідальності набувають синергетичної здатності формувати новий ресурс. Однією з умов розвитку і підвищення якості людського капіталу є високий індекс соціальної свободи та інвестиції в розвиток активних і свідомих людей, формування толерантного ставлення до нових векторів суспільного розвитку, наповнення новим змістом ролі людини у житті держави, головною ознакою якої є високий рівень соціальної відповідальності перед суспільством.

Безумовно, розвиток людського капіталу пов'язаний із розвитком соціального і за наявності суспільних відносин у співтоваристві активно розвивається й служить розвитку спільноти. Проте невизначеність та нестабільність у державі можуть призвести до порушення ціннісних орієнтацій та недовіри суспільства, недотримання соціальних норм, тобто до деструкції та нестійкості розвитку соціального капіталу.

Саме тому вибір України як держави, що декларує прагнення подолати кризові тенденції свого розвитку та відповідати викликам зміни технологічних укладів цивілізаційного розвитку, неодмінно має спрямовуватися на підвищення ролі, розвитку та накопичення соціального капіталу як важливого державного ресурсу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кочума І.Ю. Соціальний капітал в системі антикризового менеджменту. *Фінансовий простір*. 2016. № 4. С. 38–49.
2. Скотт Дж. Моральная экономика крестьянского хозяйства. Восстание и выживание в Юго-Восточной Азии. *Отечественная история*. 1992. № 5. С. 5–17.
3. Полани К. Два значения термина «экономический». *Неформальная экономика: Россия и мир*. Москва : Логос, 1999. С. 505–513.
4. Рефлексивное крестьяноведение: десятилетие исследований сельской России / Дж. Скотт и др. ; под ред. Т. Шанина, А. Никулина. Москва : МВШСЭН, 2002. 592 с.
5. Скотт Дж. Благими намерениями государства: почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни / пер. с англ. Э.Н. Гусинского, Ю.И. Турчаниновой. Москва : Университетская книга, 2010. 566 с.
6. Бурдые П. Формы капитала. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74.
7. Putnam R. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*. 1993. Vol. 13. № 4. P. 65–78.
8. Дудова І. Людський і соціальний капітал в умовах інтелектуального та інклюзивного зростання. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 7–8(1). С. 30–33.
9. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 124–142.
10. Развитие людського капіталу: на шляху до якісних реформ : аналітична доповідь / О. Пищуліна та ін. Київ : Заповіт, 2018. 368 с.

REFERENCES:

1. Kochuma I.Yu. (2016) Sotsialnyi kapital v systemi antykrizovoho menedzhmentu [Social capital in the crisis management system]. *Finansovyj prostir*. no. 4. pp. 38-49 [in Ukrainian].
2. Scott J. (1992) Moralnaya ekonomika krestyanskogo khozyaystva. Vosstanie i vyzhivanie v yugovostochnoj Azii [The moral economy of the peasant economy. Rebellion and Survival in Southeast Asia]. *Otechestvennaia istoria*. no. 5. pp. 5-17 [in Russian].

3. Polani K. (1999) Dva znachenia termina «ekonomicheskiiy» [Two meanings of the term “economic”]. *Neformalnaya ekonomika: Rossiya i mir*. Moscow: Logos, pp. 505-513 [in Russian].

4. Scott J., Shanin, T., Fadeeva, O. et al. (2002) *Refleksivnoe krestianovedenie: desiatiletie issledovaniy selskoy Rossii* [Reflective Peasant Studies: a decade of research in rural Russia]. Moscow: MHSSES, 592 p. [in Russian].

5. Scott J. (2010) *Blagimi namereniami gosudarstva: pochemu i kak provalivalis proekty uluchsheniya usloviy chelovecheskoy zhizni* [Good intentions of the state: why and how failed projects to improve the conditions of human life]. Translated by E.N. Gusinskiy, Yu.I. Turchaninova. Moscow: Universitetskaia kniga, 566 p. [in Russian].

6. Bourdieu P. (2002) *Formy kapitala* [Forms of capital]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. Vol. 3. no. 5. pp. 60-74 [in Russian].

7. Putnam R. (1993) *Protsvitaiucha hromada. Sotsialnyi kapital ta suspilne zhyttia* [The Prosperous Community: Social Capital and Public Life]. *The American Prospect*. Vol. 13. no. 4. pp. 65-78 [in USA].

8. Dudova I. (2013) *Liudskyy i sotsialnyi kapital v umovakh intelektualnoho ta inkluzyvnoho zrostannia* [Human and social capital in the condition of intellectual and inclusive growth]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. no. 7-8(1). pp. 30-33 [in Ukrainian].

9. Koleman J. (2001) *Kapital sotsialnyy i chelovecheskiy* [Social and human capital]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost*. no. 3. pp. 124-142 [in Russian].

10. Pyshchulina O., Yurochko T., Mishchenko M. and Zhalilo Ya. (2018) *Rozvytok liudskoho kapitalu: na shliakhu do yakisnykh reform* [Human Capital Development: Towards Quality Reforms]. Analytical report. Kyiv, Tsentrazumkova, V-vo «Zapovit». 368 c. [in Ukrainian].

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ: ОСОБЛИВОСТІ, ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ

SOCIAL ENTERPRISES IN UKRAINE AS A MODERN TREND OF DEVELOPMENT: FEATURES, FINANCIAL ASPECTS

У статті визначено роль соціального підприємництва у сучасних економічних умовах та висвітлено основні особливості функціонування соціальних підприємств. Проаналізовано динаміку кількості соціальних підприємств в Україні, джерела фінансування та напрями діяльності соціальних підприємств. Розглянуто критерії соціального підприємництва й відмінні риси цього поняття порівняно з благодійністю і традиційним бізнесом. Установлено, що в українському законодавстві ще відсутнє закріплення правового статусу соціального підприємства. Наголошено, що соціальне підприємство може мати статус неприбуткового, оскільки воно створюється не заради пільг або владних преференцій. Розглянуто організаційно-правові форми утворення соціальних підприємств, можливі джерела їх фінансування в майбутньому в Україні. Виокремлено соціальне підприємництво в суспільній соціально-економічній діяльності нових організаційних форм підприємства. Наведено спільні напрями діяльності локальної соціальної відповідальності та соціального підприємництва в аграрному секторі економіки України.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальна відповідальність, локальна соціальна відповідальність, модель розвитку соціального підприємництва, стейкхолдери, аграрний сектор.

В статті определена роль социального предпринимательства в современных эко-

номических условиях и освещены основные особенности функционирования социальных предприятий. Проанализирована динамика количества социальных предприятий в Украине, источники финансирования и направления деятельности социальных предприятий. Рассмотрены критерии социального предпринимательства и отличительные особенности этого понятия по сравнению с благотворительностью и традиционным бизнесом. Установлено, что в украинском законодательстве еще отсутствует закрепление правового статуса социального предприятия. Отмечено, что социальное предприятие может иметь статус неприбыльного, так как оно создается не ради льгот или властных преференций. Рассмотрены организационно-правовые формы при образовании социальных предприятий, возможные источники их финансирования в будущем в Украине. Выделено социальное предпринимательство в общественной социально-экономической деятельности новых организационных форм предприятия. Приведены общие направления деятельности локальной социальной ответственности и социального предпринимательства в аграрном секторе экономики Украины.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная ответственность, локальная социальная ответственность, модель развития социального предпринимательства, стейкхолдеры, аграрный сектор.

УДК 338.43:005.35

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-49>

Лункіна Т.І.

д.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Миколаївський національний аграрний
університет

Lunkina Tetyana

Mykolaiv National Agrarian University

The article defines the role of social entrepreneurship in modern economic conditions and highlights the main features of social enterprises' functioning. The dynamics of social enterprises' number in Ukraine is observed. The sources of financing and ways of social enterprises' activity in Ukraine are analyzed. The criteria of social entrepreneurship and the distinctive features of this concept in comparison with philanthropy and traditional business are discussed. In the research the following methods were used: dialectical and abstract logical method (knowledge of the essence, features of social entrepreneurship, charity and local social responsibility, formation of conclusions); bibliographic method (study and development of scientific works devoted to social entrepreneurship and enterprises); method of systematic generalization (common areas of local social responsibility and social enterprises' activities in the agrarian sector of Ukraine), etc. It is established that the Ukrainian legislation still lacks consolidation of the legal status of a social enterprise. It is emphasized that a social enterprise can have the status of non-profit, as it is created not for the sake of privileges or power preferences. The organizational and legal forms of social enterprises in Ukraine and the possible sources of their financing in the future are considered. Social entrepreneurship with social and economic activity of new organizational forms of enterprise is distinguished. Social entrepreneurship can encompass different types of business and only social initiatives that are in good agreement with the mission of the enterprise have a positive effect. The use of entrepreneurial approaches in their activities, which are aimed at social goals, significantly saves budgetary resources and ensures the proper development of vulnerable populations. Social entrepreneurship is a business solution to an acute social problem. This concept differs from charity and traditional business in its independence from financial donors and external sources of funding. Social entrepreneurship itself is one of the modern types of activity, which is intended to increase the level of public well-being of the population in Ukraine by fulfilling the social mission of the enterprise.

Key words: social entrepreneurship, social enterprise, social responsibility, local social responsibility, model of development of social entrepreneurship, stakeholder, agricultural sector.

Постановка проблеми. Гарантування державою добробуту у соціальній сфері життя населення країни пов'язане із здійсненням соціального підприємництва. Ініціативою соціального підприємництва в будь-якій країні є створення сприятливого клімату для функціонування соціального підприємства і ключових зацікавлених сторін. Соціальне підприємство – це вид бізнесу, основною метою якого є не отримання прибутку, а вирішення соціальних проблем суспільства (подолання бідності, захист прав людини, працевлаштування та підтримка соціально вразливих груп

населення тощо) за рахунок прибутку чи частини від його відрахування на соціальні цілі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням соціального підприємництва приділяють увагу у своїх працях велика кількість вітчизняних науковців, серед яких: О. Бандирська [3], Н. Волосковець [4], Т. Гнат'єва [5], О. Головінов [1], М. Мурашко [2] та ін.

Однак, складність економічних і соціальних проблем сучасного суспільства спричинюють необхідність поглибленого дослідження аспектів функціонування соціального підприємництва.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є визначення ролі соціального підприємництва у сучасних економічних умовах і висвітлення особливостей функціонування соціального підприємництва в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «соціальне підприємництво» з'явився в Англії у ХХ ст. як бізнес, що вирішує соціальні проблеми суспільства. В Україні соціальне підприємництво існує з 2009 р. і поєднує у собі соціальну спрямованість діяльності з підприємницьким підходом та знаходиться на межі підприємництва й благодійності.

Загальновідомі світові моделі розвитку соціального підприємництва з певними особливостями. Так, американській моделі притаманне трактування соціального підприємництва як діяльності неприбуткових організацій, які керують комерційним підприємством або проектом з єдиною метою – підтримати свою місію. Європейську модель можна охарактеризувати як бізнес із «людським обличчям». Цій моделі притаманні прибуткові організації із соціальною місією.

На нашу думку, слід відрізнити сутність поняття соціального підприємництва від благодійності й традиційного бізнесу, відмінні риси яких наведено на рис. 1.

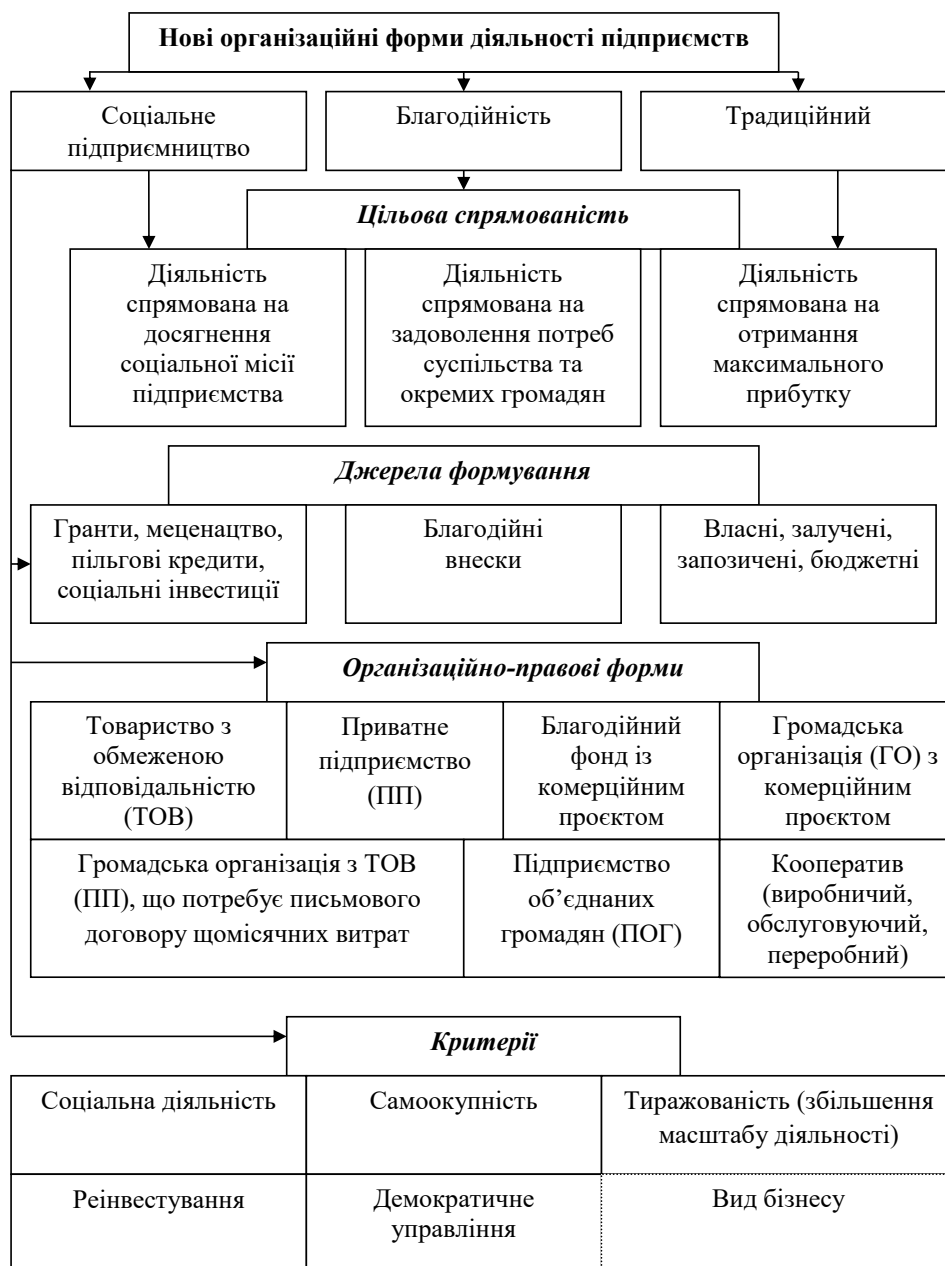


Рис. 1. Соціальне підприємництво в суспільній соціально-економічній діяльності

Джерело: авторська розробка

Моделі міжнародних фондів таких країн, як Індія, Швейцарія, США, розглядають соціальне підприємництво як відновлення соціальної справедливості. Такому виду моделі притаманне трактування соціального підприємства як ідейно-дієвого інноватора, що впливає на індустрію та інші сфери економіки окремої країни, а також прискорює підприємницькі підходи та інноваційні рішення найбільш актуальних світових проблем.

Уважаємо, що критеріями соціального підприємництва є: соціальна діяльність – спрямованість на вирішення або пом'якшення соціальних проблем; самоокупність і фінансова стійкість, що передбачають незалежність від зовнішнього фінансування; інноваційність – застосування нових підходів до вирішення соціальних проблем; тиражованість – збільшення масштабу діяльності.

Благодійність залежить від тих осіб, які виступають донорами, а соціальне підприємництво передбачає, що підприємець здійснює бізнес й отримує дохід завдяки реалізації потрібного суспільству товару або послуги. Соціальне підприємство може мати статус неприбуткового, оскільки воно створюється не заради пільг або владних преференцій.

Соціальне підприємництво може охоплювати різні види бізнесу. Відповідно до цього, розвиток соціального підприємництва можна розглядати для різних підприємств:

- підприємства, для яких соціальна або суспільна мета загального блага є причиною комерційної діяльності (часто у вигляді високого рівня соціальних інновацій);

- підприємства, прибуток яких реінвестується з метою досягнення соціальної мети;

- підприємства із соціальною місією (застосовують демократичні принципи діяльності, фокусуючись на соціальній справедливості).

Соціальне підприємництво – це вид бізнесу, основною метою якого є не отримання прибутку, а вирішення соціальних проблем суспільства (подолання бідності, захист прав людини, працевлаштування та підтримка соціально вразливих груп населення тощо) за рахунок прибутку чи частини від його відрахування на соціальні цілі.

Оскільки українському законодавстві відсутнє визначення соціального підприємства чи підприємництва, то дане підприємство функціонує відповідно до законодавства, яким керуються підприємства традиційного бізнесу.

У процесі проведених досліджень з'ясовано, що основними передумовами розвитку соціального підприємництва в Україні є:

- відсутність закону про соціальне підприємство дає можливість різним організаційно-правовим формам господарювання України в процесі діяльності пристосовуватися до нових викликів сьогодення, адже незалежно від форми

господарювання важливим є те, з якою метою створене підприємство [7; 11];

- можливість задіяти ресурси, які не цікаві традиційному бізнесу (люди з обмеженими можливостями, люди похилого віку, біженці, багатодітні батьки тощо) [8];

- використання аутсорсингу – можливість традиційних підприємств залучати соціальні підприємства, використовуючи елементи аутсорсингу (прибирання, доставка, виробництво деталей (виробів)), що дає можливість розвиватися соціальним підприємствам та не обтяжує витратну частину традиційних підприємств;

- підвищення попиту на продукцію соціальних підприємств – зацікавленість споживачів у вітчизняному виробникові, наявність соціального складника на підприємстві тощо;

- додаткове залучення джерел формування соціального підприємства – на відміну від традиційного підприємства є можливість залучати міжнародні гранти, отримувати пільгові кредити й брати участь у консультаціях та тренінгах для підвищення рівня соціального підприємства в Україні.

Місія соціальних підприємств найчастіше прописана у статуті підприємства та полягає у підтримці вразливих груп населення чи розвитку громади. Головні способи досягнення місії: продаж товарів (власного виробництва), працевлаштування представників уразливих груп та підтримка соціальних, культурних чи спортивних заходів, проєктів, програм. Організаційна форма діяльності суб'єктів економіки, яку найчастіше вибирають соціальні підприємці – фізичні особи – підприємці.

Протягом останніх десяти років (з 2008 по 2017 р.) в Україні було зареєстровано 112 соціальних підприємств (рис. 2), а з них найбільшу питому вагу – у 2015 р. та 2016 р. (32 та 34 підприємства відповідно).

У розрізі областей України найбільше соціальних підприємств розміщено в Київській області (38 одиниць) та Києві (30 одиниць). На другому місці Львівська область (15 одиниць), на третьому – Полтавська область (9 одиниць). Соціальні підприємства представлені майже в кожній області України, крім Рівненської.

До інших джерел фінансування було віднесено внески членів кооперативу, благодійні внески, бюджетні кошти, власні кошти, нематеріальна підтримка партнерів, цільове фінансування, інвестиції, що у сукупності становить 48%.

Щодо напрямів фінансування соціальних підприємств, то перше місце посідає власна комерційна діяльність 75% (рис. 3), на друге – гранти – 42%, спонсорські внески – 40%, кредити – 27% відповідно.

Значна кількість соціальних підприємців України займається трудовою, медичною та соціальною реабілітацією людей з інвалідністю (21 підприємство) (рис. 4), швейним виробництвом, пошиттям

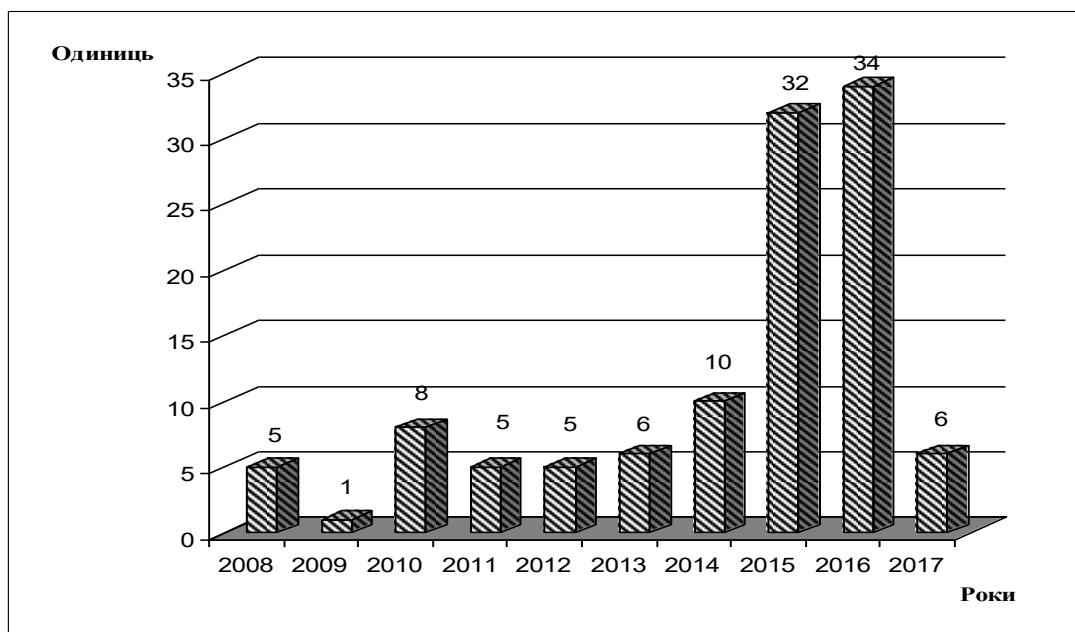


Рис. 2. Динаміка кількості соціальних підприємств в Україні протягом 2008–2017 рр., од.

Джерело: побудовано на основі матеріалів [13]

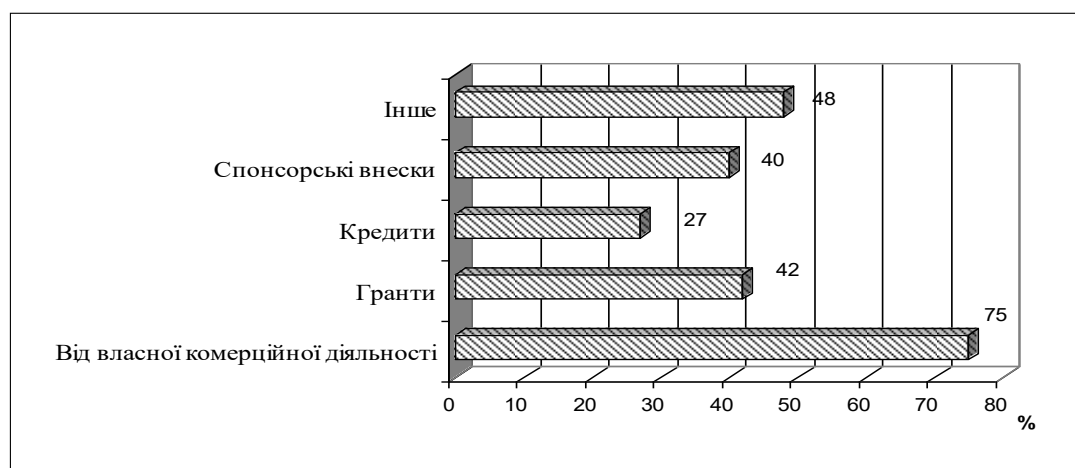


Рис. 3. Джерела фінансування соціальних підприємств України, 2017 р.

Джерело: побудовано на основі матеріалів [13]

та ремонтом одягу займається 12 підприємств; освітніми послугами та харчовою діяльністю – по 11 підприємств, проте домінуючий напрям роботи – вирощування та збут сільськогосподарської продукції (23 підприємства).

Тобто основною метою діяльності традиційного підприємства, яке реалізує локальну соціальну відповідальність, є отримання прибутку. Залежно від корпоративної політики на підприємстві формується стратегія розвитку підприємства, яка включає локальну соціальну відповідальність, або окремий документ у вигляді Стратегії локальної соціальної відповідальності. Підприємство може мати статус неприбутковості та можливе створення різних організаційно-правових форм

підприємства. Джерела фінансування можуть бути різними, такими як і в традиційному підприємстві, проте є можливість залучення грантів та донорів іноземних організацій.

Як нову форму інституціонального забезпечення соціальне підприємництво можна розглядати в аспекті формування локальної соціальної відповідальності (рис. 5), адже напрями реалізації локальної соціальної відповідальності та соціального підприємництва дуже часто перетинаються, мають однаковий зміст та ефект від запровадження.

Отже, локальна соціальна відповідальність та соціальні підприємства аграрного сектору мають багато спільних рис щодо напрямів своєї діяльності. Насамперед це допомога соціально

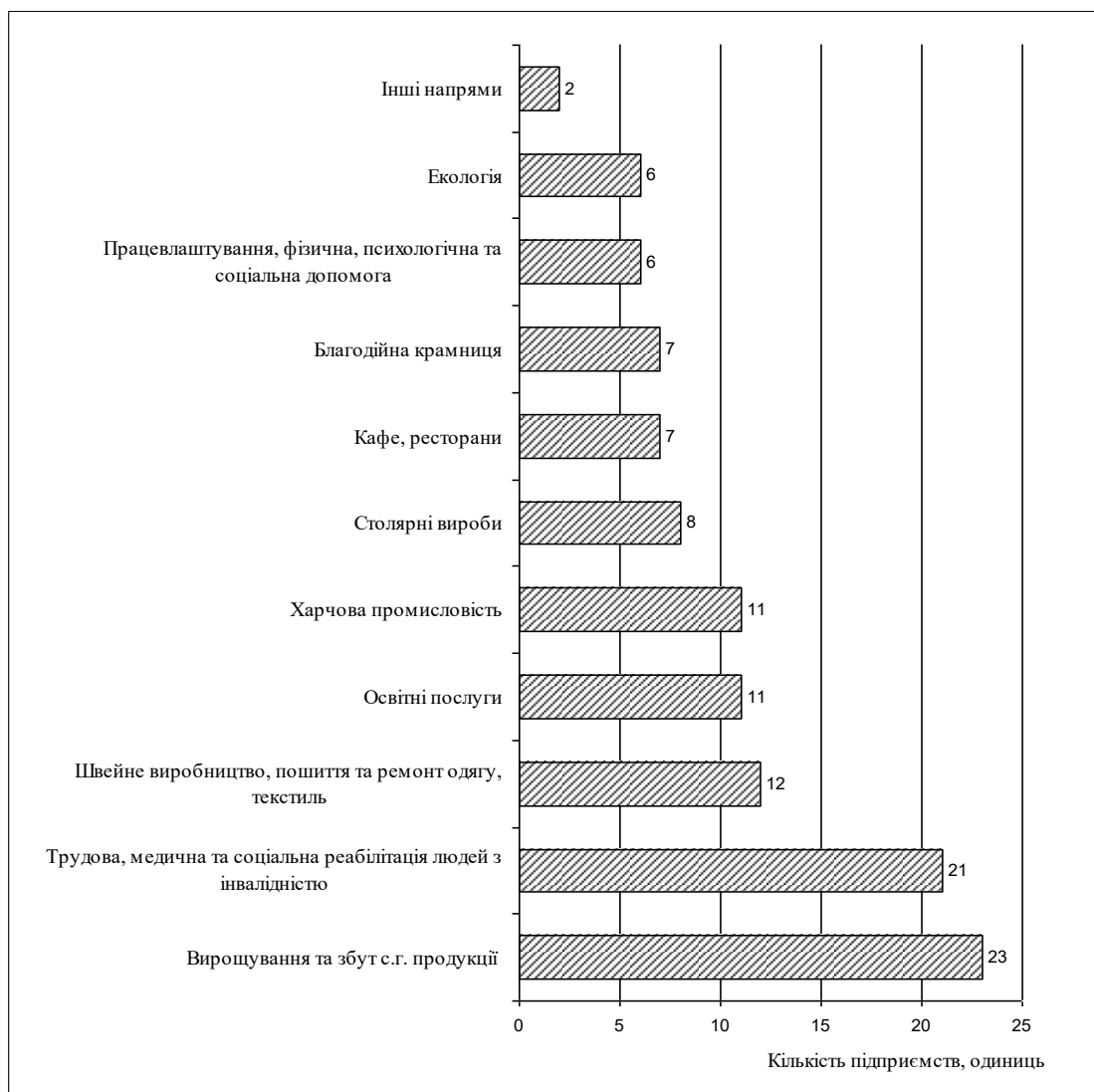


Рис. 4. Напрями діяльності соціальних підприємств в Україні, 2017 р.

Джерело: побудовано на основі матеріалів [13]

незахищеним верствам населення, екологічне виробництво, вирішення різних соціальних проблем на рівні громади тощо. Хоча місії традиційних підприємств, які застосовують елементи локальної відповідальності, та соціальних підприємств різняться, проте кінцевий результат має соціальну орієнтованість.

Для розвитку соціального підприємства в Україні є можливість використання соціальними підприємствами простоючих нині потужностей підприємств, що призведе до відновлення і розвитку промислового виробництва в Україні.

Основною проблемою підвищення ефективності соціального підприємництва в Україні є недостатня державна підтримка відтворення капіталу. Однак вирішення цього питання за допомогою виключно надання державою значних свобод приватному капіталу неможливо [4]. Ми погоджуємося з точкою зору Т.М. Гнат'євої [5, с. 36] про те, що держава для розвитку вітчизняного

підприємництва повинна визнати соціально відповідальну поведінку бажаною і розробити комплекс стимулів та заходів щодо поширення і популяризації її в суспільстві.

Уважаємо, що соціальне підприємництво в майбутньому (за умов свого розвитку) спроможне скласти конкуренцію традиційному бізнесу завдяки своїм стійким конкурентним перевагам та соціальним цілям.

Висновки з проведеного дослідження.

Соціальне підприємництво – це бізнес-вирішення гострої соціальної проблеми. Це поняття відрізняється від благодійності і традиційного бізнесу своєю незалежністю від фінансових донорів і зовнішніх джерел фінансування та можливістю мати статус неприбутковості, оскільки воно створюється не заради пільг або владних преференцій.

Соціальне підприємництво може охоплювати різні види бізнесу, і позитивний ефект мають лише ті соціальні ініціативи, які добре узгоджуються з



Рис. 5. Спільні напрями діяльності локальної соціальної відповідальності та соціального підприємництва в аграрному секторі економіки України

Джерело: авторська розробка

місією підприємства. Використання підприємницьких підходів у своїй діяльності, які спрямовані на соціальні цілі, значно заощаджує бюджетні кошти та забезпечує належний розвиток вразливих груп населення. Соціальне підприємство – це новий вид діяльності, який покликаний підвищити рівень суспільного добробуту населення України.

В Україні ще, на жаль, відсутнє закріплення правового статусу соціального підприємства та підприємництва. Для свого розвитку соціальне підприємство може використовувати нецікаві традиційному бізнесу наявні ресурси. Держава для розвитку вітчизняного соціального підприємництва повинна визнати соціально відповідальну поведінку бажаною і розробити комплекс стимулів та заходів щодо поширення і популяризації її в суспільстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2(36). С. 187–192.

2. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2009. № 2. С. 114–122.

3. Бандирська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 10. С. 60–64.

4. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17.

5. Гнатєва Т.М. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 2(74). С. 35–44.

6. Монсанта Україна оголошує другий грантовий конкурс «Україна – житниця майбутнього». URL : http://www.monsanto.com/global/ua/newsviews/_pages/grain-basket-of-the-future-second-contest.aspx (дата звернення: 10.01.2020).

7. Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємство. URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/141-dmytro-murashko-velykomu-biznesu-vartopidtrymuvaty-sotsialne-pidpriemnytstvo> (дата звернення: 10.01.2020).

8. Назарук В. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo/> (дата звернення: 10.01.2020).

9. Партнерство та співпраця як невід'ємна складова діяльності ОГС. *Житомирська асоціація бізнес-науковців та консультантів* : офіційний сайт. URL : <http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iaak-nevid-iemna-skladova-diialnosti-ohs> (дата звернення: 12.01.2020).

10. ПРООН отримала 480 конкурсних заявок на співфінансування створення робочих місць для переселенців. URL : <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles> (дата звернення 12.01.2020).

11. Смаглий К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo> (дата звернення: 10.01.2020).

12. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. *Соціальне підприємництво в Україні* : офіційний сайт. URL : <http://www.socialbusiness.in.ua> (дата звернення: 12.01.2020).

13. Соціальні підприємства в Україні : підсумковий звіт. URL : <https://drive.google.com/file/d/0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view> (дата звернення: 12.01.2020).

REFERENCES:

1. Holovinov O. M. (2014) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: ukrayinski realii i problemy [Corporate social responsibility: Ukrainian realities and problems]. *Economic Bulletin of Donbass*, vol. 36, no. 2, pp. 187-192.

2. Murashko M. I. (2009) Kontseptualni osnovy sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Conceptual bases of corporate social responsibility in Ukraine]. *Demography and the social economy: a scientific, economic and socio-political journal* no. 2, pp. 114-122.

3. Bandyrska O. (2009) Sotsialna vidpovidalnist biznesu Ukraini [Social responsibility of business in Ukraine]. *Current problems of the economy*, no. 10. pp. 60-64.

4. Voloskovets N. Y. (2010) Korporativna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv yak osnova innovatsiynogo rozvytku suchasnoyi ekonomiky [Corporate social

responsibility of enterprises as a basis for innovative development of modern economy]. *Scientific works of KNTU. Economic sciences pratsi, KNTU*, vol. 17.

5. Hnat'eva T. M. (2014) Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak instrument efektyvnosti korporativnoyi strategii [Corporate social responsibility as a tool for corporate strategy effectiveness]. *Bulletin of Chernihiv State Technological University*, vol. 74, no 2, pp. 35-44.

6. Monsanto Ukrainyina oholoshuye drugyy konkurs "Ukrayina – zhutnytsya maybutnyoho" (2020). URL: <http://www.monsanto.com/global/ua/newsviews/pages/grain-basket-of-the-future-second-contest.aspx>. (accessed 10 January 2020).

7. Murashko D. (2010) Velykomu biznesu varto pidrymuvaty sotsialne pidpriemnytstvo. (accessed 10 January 2020). URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/141-dmytro-murashko-velykomu-biznesu-varto-pidrymuvaty-sotsialne-pidpriemnytstvo>.

8. Nazaruk V. (2020) Chy potriben Ukraini zakon pro sotsialne pidpriemnytstvo? URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo/>. (accessed 10 January 2020).

9. Partenstvo ta spivpratsya yak nevid'emna skladova diyalnosti OHS (2020), Shytomyr Association of business scientists and advisers. URL: <http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iaak-nevid-iemna-skladova-diialnosti-ohs>. (accessed 12 January 2020).

10. PROON otrymala 480 konkursnyh zayavok na spivfinansuvannya stvorenniya robochych mist dlya pereselentsiv (2020). (accessed 12 January 2020). URL: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles>.

11. Smaglyy K. (2020) Chy potriben Ukraini zakon pro sotsialne pidpriemnytstvo? URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>. (accessed 10 January 2020).

12. Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument vyrishennya sotsialnyh problem v Ukraini (2020). URL: <http://www.socialbusiness.in.ua>. (accessed 12 January 2020).

13. Sotsialni pidpriemstva v Ukraini, pidsumkovyy zvit (2020) URL:<https://drive.google.com/file/d/0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view>. (accessed 12 January 2020).

ІНФРАСТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

INFRASTRUCTURAL ELEMENTS OF THE LABOR MARKET OF UKRAINE

У статті узагальнено сутність інфраструктурних елементів ринку праці, наведено аргументи щодо підтримки думки науковців, які пропонують виділяти два їх рівні, а саме: перший – безпосередньо змінює попит та пропозицію і впливає на їх зустріч; другий – націлений на регулювання процесів, які відбуваються на ринку праці. Зазначено основні та додаткові послуги, які повинні забезпечувати інфраструктурні посередники на ринку. Створення економічно вигідних умов, що забезпечують найбільш ефективну взаємодію між попитом і пропозицією, визнано як основне завдання, яке потребує вирішення інфраструктурними елементами ринку праці. Запропоновано методичну схему оцінки збалансованості робочих місць і робочої сили, що дасть можливість проаналізувати відповідність сукупної пропозиції робочої сили та сукупного на неї попиту, визначити і обґрунтувати можливий рівень збалансованості з урахуванням дії інфраструктурних елементів ринку праці.

Ключові слова: ринок праці, інфраструктурні елементи, попит, пропозиція, коефіцієнт збалансованості, регулювання, інфраструктурні посередники.

В статті обобщена сущность инфра-структурных элементов рынка труда, при-

ведены аргументы по поддержке мнения ученых, которые предлагают выделять два их уровня, а именно: первый – непосредственно изменяет спрос и предложение и влияет на их встречу; второй – нацелен на регулирование процессов, происходящих на рынке труда. Указаны основные и дополнительные услуги, которые должны обеспечивать инфраструктурные посредники на рынке. Создание экономически выгодных условий, обеспечивающих наиболее эффективное взаимодействие между спросом и предложением, признано как основная задача, которая требует решения инфраструктурными элементами рынка труда. Предложена методическая схема оценки сбалансированности рабочих мест и рабочей силы, что позволит проанализировать соответствие совокупного предложения рабочей силы и совокупного на нее спроса, определить и обосновать возможный уровень сбалансированности с учетом действий инфраструктурных элементов рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда, инфраструктурные элементы, спрос, предложение, коэффициент сбалансированности, регулирование, инфраструктурные посредники.

УДК 331.522

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-50>

Тарасвська Л.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
та адміністрування
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

Tarayevska Lesya

Ivano-Frankivsk National Technical
University of Oil and Gas

The article summarizes the essence of the infrastructural elements of the labor market, which should not only act as an intermediary in the process of buying labor sales, but also effectively influence the supply and demand on it. Their main task is to create economically viable conditions that ensure the most effective interaction between supply and demand in the labor market. In terms of demand, it should be evaluated in terms of the full labor market. This means that its volume should cover not only job vacancies or vacancies declared by enterprises, but also already filled jobs, that is, all those employed. In terms of labor supply, its volume is limited by the contingent of working-age population of working age, who offer their ability to work in exchange for a wealth of vital goods, taking into account the balance of pendulum migration. Its formation is largely based on the reproduction of labor. Includes able-bodied working-age population seeking work. A general criterion by which the balance of jobs and labor can be judged is a coefficient of balance that reflects the balance of aggregate labor supply and demand in the labor market and makes it possible to partially evaluate the effectiveness of infrastructure elements in the labor market. In view of the above, a methodological scheme for assessing the balance of jobs and workforce is proposed, which will allow to analyze the correspondence of the aggregate supply of labor and the aggregate demand for it, to determine and justify the possible level of balance taking into account the actions of infrastructure elements of the labor market. Arguments have been presented to support the opinions of scholars who propose to distinguish two of their levels, namely: the first - directly changes supply and demand and influences their meeting; the second is aimed at regulating the processes taking place in the labor market. The first level elements include infrastructure intermediaries, namely: the State Employment Service; employment agencies; recruitment firms; staff leasing agencies; consulting firms; educational institutions (including training firms); organizations engaged in research and marketing activities in the field of work. The second-tier elements include the International Labor Organization, national ministries of labor (or their analogs), various international and national associations of intermediaries, trade union confederations and employers. The basic and ancillary services that infrastructure intermediaries in the market should provide. Creating economically advantageous conditions that ensure the most effective interaction between supply and demand is recognized as the main task that needs to be addressed by the infrastructure elements of the labor market.

Key words: labor market, infrastructure elements, demand, supply, balance factor, regulation, infrastructure intermediaries.

Постановка проблеми. Сучасний ринок праці України є найбільш складним елементом ринкової економіки саме через значний дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили (наявність вільних робочих місць не є гарантією для працевлаштування незайнятого населення), невідповідність якісної та кількісної підготовки кадрів реальним потребам ринку. Саме тут знайшли своє відображення практично всі соціально-економічні процеси, що відбуваються в тій чи іншій країні. Сьогоднішню ситуацію на ринку праці вчені та дослідники вважають кризовою і такою, що продукує трудову бідність, зниження економічної активності працездатного населення, розширення

вимушеної праці, розшарування населення на соціально вразливі групи, неузгодженість із ринком освітніх послуг і, відповідно, зниження якості трудового потенціалу та мотивації до продуктивної діяльності [1–3]. Дещо змінити цю ситуацію і привнести позитивні зрушення, на нашу думку, можна за допомогою регулювання процесів, які відбуваються на ринку праці через його інфраструктурні елементи, що безпосередньо будуть впливати на формування ефективної, економічної зайнятості, підвищення добробуту та якості життя населення. Серед інструментів регулювання ринку праці найбільш перспективними є ті, що враховують об'єктивний вплив глобальних трендів і

спрямовані на активізацію інноваційної зайнятості, підприємницької активності населення, забезпечення збалансованості ринку освітніх послуг та ринку праці, прогнозування обсягу і структури попиту та пропозиції на ньому, підвищення конкурентоспроможності фахівців і збільшення кількості саме економічних робочих місць.

Саме тому вважаємо за доцільне виділити основні інфраструктурні елементи ринку праці, здійснити аналіз та спрогнозувати їхній вплив на ринок праці України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розробленню проблематики, пов'язаної з розвитком ринку праці, присвячено багато наукових праць відомих українських і зарубіжних учених-економістів: І.В. Анішиної, С.І. Бандури, Д.П. Богині, І.К. Бондар, О.А. Грішнєвої, Т.А. Заяць, Е.М. Лібанової, А.А. Нікіфорової, В.В. Онікієнка, І.Л. Петрової, В.М. Петюха, О.Ю. Рудченко, А.В. Семенова, В.А. Савченка та ін. Проте окремі її аспекти, зокрема ті, що пов'язані з узагальненням інфраструктурних елементів ринку праці та визначенням їхнього впливу на ефективність його функціонування, потребують поглибленого дослідження, особливо в контексті переходу вітчизняної економіки на модель інноваційного розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення інфраструктурних елементів ринку праці, поділ їх на групи та визначення їхнього впливу на рівень збалансованості робочих місць та робочої сили.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Незаперечним є той факт, що для нормального функціонування та розвитку ринку праці необхідна відповідна інфраструктурна підтримка, адже саме через інфраструктуру має забезпечуватися ефективна взаємодія між попитом та пропозицією робочої сили.

Аналізуючи дослідження, присвячені проблематиці інфраструктури ринку праці [4], слід звернути увагу на те, що переважна більшість науковців пострадянської економічної школи розглядає інфраструктуру як сукупність певних установ та інститутів/механізмів (нормативно-правових, економічно-фінансових, інформаційних, інституційних і т. п.), однак немає сенсу виділяти перелічені механізми як окремі елементи інфраструктури, оскільки за своїм змістом вони є середовищем, в якому функціонують ринок праці та його інфраструктура, і не можуть на пряму його формувати. Також слід зазначити, що в англомовних джерелах майже не використовується поняття «інфраструктура ринку праці» (labor market infrastructure), натомість широко розповсюджене поняття «посередництво на ринку праці» (labor market intermediation). На думку європейських учених, посередництво на ринку праці покликане збільшити швидкість і поліпшити якість зустрічі вільних робочих місць та

пошукувачів роботи [5; 6]. Однак, на нашу думку, інфраструктурні елементи ринку праці повинні не тільки виконувати роль посередника в процесі купівлі-продажу робочої сили, а й ефективно впливати на попит і пропозицію на ньому.

Основним завданням інфраструктурних елементів ринку праці є створення економічно вигідних умов, що забезпечують найбільш ефективну взаємодію між попитом (d) і пропозицією на ринку праці (s).

Щодо попиту (d), то він повинен оцінюватися з позиції повного ринку праці. Це означає, що його обсяги мають охоплювати не лише вільні робочі місця чи вакансії, заявлені підприємствами, а й уже зайняті робочі місця, тобто всіх зайнятих трудовою діяльністю. Динаміка попиту на робочу силу визначається забезпеченістю економіки ресурсами (у тому числі й робочою силою), загальною економічною динамікою (спадом або зростанням виробництва), структурними зрушеннями в економіці, характером її модернізації, змінами форм власності, ситуацією в кредитній, фінансовій та інвестиційних сферах тощо. Обсяг попиту на робочу силу може бути розрахований за допомогою формули (1):

$$D = (C_3 + C_4 + C_n) K_3.p.c., \quad (1)$$

де D – обсяг попиту на робочу силу, осіб;

C₃ – кількість робочих місць, на яких зайняті працівники;

C₄ – кількість вільних (економічних) робочих місць, які потребують робочої сили;

C_n – кількість новостворених робочих місць у промисловості;

K_{3.p.c.} – коефіцієнт змінності робочої сили відповідно груп робочих місць.

За економічним змістом даний показник характеризує обсяг і структуру загальної потреби в робочій силі, яка може чи ні бути забезпеченою реальними робочими місцями, а звідси – й фондом оплати праці, життєвими засобами і т. п. Він повинен обов'язково враховуватися під час організації відтворювальних процесів, формування відповідної політики зайнятості.

Щодо пропозиції робочої сили (s), то її обсяги обмежуються контингентом працездатного населення у працездатному віці, що пропонують свою спроможність до праці в обмін на сукупність життєвих благ з урахуванням сальдо маятникової міграції. Її формування значною мірою базується на відтворенні робочої сили. Включає у себе працездатне населення у працездатному віці, яке веде пошук роботи. Характеризується чисельністю економічно активного населення, інформацією про яких можна отримати з матеріалів вибірових обстежень населення з питань економічної активності, що, відповідно до рекомендацій Міжнародної організації праці, щоквартально проводяться органами державної статистики.

Отже, узагальнюючим критерієм, за допомогою якого можна судити про збалансованість робочих місць і робочої сили, є коефіцієнт збалансованості, який відображає співвідношення сукупного попиту та пропозиції робочої сили на ринку праці й дає можливість частково оцінити ефективність дії інфраструктурних елементів на ринку праці.

Теоретично є можливими три варіанти значень даного коефіцієнта:

$K=1$. Ситуація повної збалансованості (трудорівноважна ситуація). Теоретично можлива, але на практиці можливо лише максимально наблизитися до збалансованого ринку праці на короткий проміжок часу за допомогою розроблення й упровадження системи організаційно-економічних заходів зі стабілізації ринкової економіки взагалі і сфери зайнятості зокрема. Відображає бажаний стан збалансованості між попитом та пропозицією робочої сили, а отже, є одним із головних завдань господарювання, зорієнтованого на забезпечення соціальних пріоритетів ринку праці.

$K<1$. Ситуація спадного або недостатнього попиту (трудонадлишкова ситуація). Частина працездатного населення не може знайти роботу, має місце перевищення пропозиції робочої сили над її попитом, результатом чого є зниження ціни робочої сили, скорочення зайнятості, зростання безробіття, поява надлишкової робочої сили.

$K>1$. Ситуація зростаючого попиту. За перевищення попиту на робочу силу над її пропозицією виникає проблема забезпеченості економіки кадрами відповідного професійно-кваліфікаційного

рівня, відбувається зростання ціни робочої сили (заробітної плати) та рівня зайнятості, тобто не вистачає робочої сили для заповнення вакансій.

Наприклад, якщо значення даного критерію дорівнює 0,7, це означає, що попит задоволений на 70%, а 30% пропозиції потребують гарантій зайнятості. Чим більше значення даного показника наближається до 1, тим краще становище на ринку праці з погляду збалансованості основних його складників.

Використання вказаних вище показників можна покласти в основу методичної схеми (рис. 1), що дасть можливість проаналізувати відповідність сукупної пропозиції робочої сили та сукупного на неї попиту, визначити й обґрунтувати можливий рівень збалансованості з урахуванням інфраструктурних елементів ринку праці.

Під час здійснення відповідних розрахунків необхідно зважати на специфіку функціонування ринку праці порівняно з іншими ринками. Слід мати на увазі, що товарні ринки, як правило, знаходяться в динамічному стані, який прагне до рівноваги. Щодо ринку праці, то в більшості країн світу рівновага на ньому не є нормою, а збалансованість попиту і пропозиції робочої сили доводиться розглядати як тимчасовий, нетривалий та нестійкий стан.

Щодо інфраструктурних елементів, які функціонують на ринку праці, то цілком поділяємо думку науковців, які пропонують виділяти два їхні рівні, а саме: перший – безпосередньо змінює попит та пропозицію і впливає на їхню зустріч;



Рис. 1. Методична схема оцінки збалансованості робочих місць і робочої сили

другий – націлений на регулювання процесів, які відбуваються на ринку праці.

До елементів першого рівня віднесемо інфраструктурних посередників, а саме: Державну службу зайнятості; агентства з працевлаштування; рекрутингові фірми; агентства з лізингу персоналу; консалтингові фірми; освітні установи (у тому числі тренінгові фірми); організації, що займаються науково-дослідною та маркетинговою діяльністю у сфері праці.

До елементів другого рівня належать Міжнародна організація праці, національні міністерства праці (чи їх аналоги), різноманітні міжнародні й національні асоціації посередників, конфедерації профспілок та роботодавців.

Відтоді як інфраструктурні посередники з'явилися на ринку праці, послуги з працевлаштування, по суті, були їхньою основною діяльністю. Згодом до них додалися інші супутні послуги, але філософія бізнесу не змінилася: усі послуги спрямовані на вирішення простого завдання – знаходження відповідного попиту для пропозиції на ринку праці, чи навпаки. Нами виділено основні та додаткові послуги, які повинні забезпечувати інфраструктурні посередники. До основних віднесемо:

1. Маркетингове дослідження ринку праці (акумулявання інформації щодо вільних робочих місць із зазначенням галузі, вимог, умов та оплати праці та наявності пошукувачів роботи із зазначенням кваліфікації, знань, умінь, досвіду роботи, віку і т. п.).

2. Працевлаштування та підбір персоналу (підбір відповідних вакансій для пошукувачів відповідно до їхніх вимог).

До додаткових належать:

1. Надання інформації про вимоги до заповнення вільних робочих місць.

2. Тестування навиків пошукувача.

3. Максимальне врахування вимог як пошукувачів до бажаного робочого місця, так і роботодавців до їх заповнення.

4. Надання індивідуальних консультацій як для пошукувачів, так і роботодавців.

5. Проведення навчань із метою адаптації пошукувача до вільних робочих місць.

6. Допомога у написанні резюме.

7. Надання соціальних та бізнес-послуг як для пошукувачів (бізнес-тренінги, навчання, сприяння наданню пільгових кредитів під час започаткування власної справи), так і роботодавців (відбір та тестування пошукувачів; оцінка профілю потреб персоналу та розроблення програм розвитку підприємства; юридична підтримка в питаннях трудового законодавства).

Отже, діяльність інфраструктурних посередників на ринку праці полягає у наданні послуг, що мають на меті підвищення рівня збалансованості робочих місць (вільних вакансій) і робочої сили

(пошукувачів). Основними споживачами подібних послуг є наявна й перспективна робоча сила та підприємства, які шукають нових працівників і/або потребують інших послуг стосовно питань праці.

Висновки з проведеного дослідження. Інфраструктурні елементи ринку праці є невід'ємним складником функціонування будь-якої відкритої соціально-економічної системи, яка покликана регулювати взаємовідносини між роботодавцями та пошукувачами з приводу працевлаштування, ціни робочої сили, умов праці, підготовки і перепідготовки працівників, а також організувати і регулювати процеси захисту прав роботодавців і найнятих працівників на ринку праці. До інфраструктурних посередників належать як державні, так і недержавні структури сприяння зайнятості, а саме: Державна служба зайнятості, агентства з працевлаштування; рекрутингові фірми; агентства з лізингу персоналу; консалтингові фірми; освітні установи (у тому числі тренінгові фірми); організації, що займаються науково-дослідною та маркетинговою діяльністю у сфері праці і безпосередньо впливають на зміну попиту й пропозиції на ринку праці, а також Міжнародна організація праці, національні міністерства праці (чи їх аналоги), різноманітні міжнародні й національні асоціації посередників, конфедерації профспілок та роботодавців, які націлені на регулювання процесів, що відбуваються на ринку праці. Стратегічні цілі функціонування інфраструктурних елементів ринку праці полягають у забезпеченні оптимізації інформаційних потоків на ринку праці, проведенні його маркетингового дослідження з метою забезпечення збалансованості попиту та пропозиції у професійно-кваліфікаційному розрізі та відповідному коригуванні політики на ринку праці з урахуванням змін у зовнішньому середовищі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юрчик І.Б. Взаємозв'язок ефективності ринку праці та його інституційного забезпечення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. № 17. С. 109–110.

2. Кулицький С. Проблеми розвитку ринку праці в Україні. URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21> (дата звернення: 27.01.2020).

3. Як змінився ринок праці в Україні. URL : <http://robotodavets.org.ua/2018/12> (дата звернення: 27.01.2020).

4. Марченко І.С. Інфраструктурна підтримка розвитку ринку праці України : монографія. Київ : Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2013. 150 с.

5. Mazza J. Labor Intermediation Services: A Review for Latin America and Caribbean Countries. *Labor Markets Policy Briefs Series*. 2002. P. 41. URL : <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=354963> (дата звернення: 29.01.2020).

6. Kazis R. Improving Low Income Job Seekers' Employment Prospects: The Role of Labor Market Intermediaries. *Jobs for the future*. 1999. P. 10–15. URL : <http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED457389> (дата звернення: 29.01.2020).

7. Тараєвська Л.С. Стратегія розвитку робочих місць в промисловості України: методологія, проблеми, шляхи вирішення : дис. ...канд. екон. наук : 08.00.07. Київ, 2007. 195 с.

REFERENCES:

1. Yurchyk I. B. (2016) Vzaiemozviazok efektyvnosti rynku pratsi ta yoho instytutsiinoho zabezpechennia [The relationship between labor market efficiency and institutional support]. *Naukovyi Visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. Vol.17, pp.109-110.

2. Kulytskyi S. Problemy rozvytku rynku pratsi v Ukraini [Problems of labor market development in Ukraine]. Available at: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21> (accessed 27 January 2020).

3. Yak zminyvsia rynek pratsi v Ukraini [How the labor market in Ukraine has changed]. Available at :

<http://robotodavets.org.ua /2018/12> (accessed 27 January 2020).

4. Marchenko I. S.(2013) Infrastruktorna pidtrymka rozvytku rynku pratsi Ukrainy [Infrastructure support for the development of the Ukrainian labor market] . Kyiv: In-t demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen imeni M. V. Ptukhy NAN Ukrainy, pp. 12-16. (in Ukrainian)

5. Mazza J. Labor Intermediation Services: A Review for Latin America and Caribbean Countries. *Labor Markets Policy Briefs Series*. 2002. p.41 URL: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=354963> (accessed 29 January 2020).

6. Kazis R. Improving Low Income Job Seekers' Employment Prospects: The Role of Labor Market Intermediaries. *Jobs for the future*. 1999. pp. 10-15. URL : <http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED457389> (accessed 29 January 2020).

7. Tarayevska L.S. (2007) Stratehiia rozvytku robochych mist v promyslovi Ukrainy: metodolohiia, problemy, shliakhy vyrishennia [Development strategy of workplaces in industry of Ukraine: methodology, problems, ways of solution finding] (PhD Thesis), Kyiv: Rada po vyvchenni produktivnykh syl.

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЄКТАМИ: ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ ТА ДОЦІЛЬНОСТІ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

SOCIAL PROJECT MANAGEMENT: OBJECTIVES FORMATION AND PURPOSE OF THEIR IMPLEMENTATION

УДК 316:005

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-51>

Тернопільська В.І.

д.п.н., професор,
професор кафедри теорії та технології соціальної роботи
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Бакуліна О.С.

к.е.н.,
доцент кафедри підприємництва, фінансів та оподаткування
Житомирська філія
Університету державної фіскальної служби України

Ternopilka Valentina

National Pedagogical Drahomanov University

Bakulina Oksana

Zhytomyr Branch
University of the State Fiscal Service of Ukraine

У статті розглянуто теоретико-методичні аспекти управління соціальними проєктами в Україні. Досліджено сутність категорій «проєкт», «соціальний проєкт» у сучасній науці. Окреслено особливості управління проєктами соціального розвитку. Виокремлено методи формування цілей проєкту соціального розвитку та визначення вигід від реалізації соціальних проєктів. Визначено, що у процесі формування цілей проєкту соціального розвитку необхідним є обґрунтування його відповідності пріоритетним напрямкам розвитку держави, визначення його доцільності та очікуваного впливу на цільові групи й територію реалізації проєкту. Встановлено, що однією з вагомих характеристик доцільності проєкту є сталість та тривалість його результатів, що надає можливість продемонструвати інвестору (донору), куди витрачено ресурси, який вплив вони здійснюють на цільові групи й отримувачів послуг та який ефект отримано в результаті. Охарактеризовано фандрайзинг як один із механізмів фінансування вітчизняних проєктів соціального розвитку. Розглянуто способи здійснення фандрайзингу.

Ключові слова: проєкт, соціальний проєкт, управління соціальними проєктами, доцільність, соціальний ефект, фандрайзинг.

В статье рассмотрены теоретико-методические аспекты управления социальными

проектами в Украине. Исследована сущность категорий «проект», «социальный проект» в современной науке. Определены особенности управления проектами социального развития. Выделены методы формирования целей проекта социального развития и определения выгод от реализации социальных проектов. Определено, что в процессе формирования целей проекта социального развития необходимо обоснование соответствия приоритетным направлениям развития государства, определения его целесообразности и ожидаемого воздействия на целевые группы и территорию реализации проекта. Установлено, что одной из весомых характеристик целесообразности проекта является постоянство и продолжительность его результатов, что, в свою очередь, дает возможность продемонстрировать инвестору (донору), куда потрачены ресурсы, какое влияние они оказывают на целевые группы и получателей услуг и какой эффект получен в результате. Охарактеризован фандрайзинг как один из механизмов финансирования отечественных проектов социального развития. Рассмотрены способы осуществления фандрайзинга.

Ключевые слова: проект, социальный проект, управление социальными проектами, целесообразность, социальный эффект, фандрайзинг.

The article deals with theoretical and methodological aspects of social project management in Ukraine. The essence of the categories "project", "social project" in modern science is investigated. Project management is defined as one of the promising areas of management activity, which is aimed at the management, coordination and organizational support of project implementation and involves the use of modern management methods and tools, innovative technologies in various fields of science and practice. Social projects are compared with other types of projects. The features of social development project management are outlined: the focus on obtaining high-quality and difficult-to-measure non-commercial benefits and social impact (creating benefits for society, in particular, changing employment patterns, creating new jobs, reducing unemployment, expanding the range of social services, etc.). The methods of formulating social development project goals are proposed, which include: goal tree (hierarchical structure of the project goals set, which allows to identify the main goal, goals of the first, second, third level) and SMART analysis of goals (defined as a achievable product of the activity to be verified). Requirements for goals are concreteness, measurability, reach, reality, controllability. The methods of determined the benefits from the implementation of social projects, in particular, CBA-analysis, SROI. It is determined that in the process of shaping the goals of the social development project, it is necessary to substantiate its compliance with the priority directions of state development, to determine its feasibility and the expected impact on the target groups and territory of the project implementation. It is established that one of the important characteristics of the feasibility of a project is the sustainability and duration of its results, which gives an opportunity to demonstrate to the investor (donor) where the resources are spent, what influence they exert on the target groups and recipients of services and what effect is obtained as a result. Fundraising is described as one of the mechanisms for financing domestic social development projects. The ways of carrying out of fundraising are considered.

Key words: project, social project, social project management, expediency, social effect, fundraising.

Постановка проблеми. Формування успішної соціальної держави, в основу якої закладено національні та загальноєвропейські цінності, підвищення індикаторів рівня життя населення потребують пошуку новітніх підходів до ефективного регулювання соціального розвитку. У цьому контексті важливу роль відіграє повномасштабне дослідження спеціальних інструментів проєктного підходу як одного з елементів системи управління соціальними проєктами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичного змісту та прикладного характеру управління проєктами у

сфері державного регулювання належить таким дослідникам, як Т. Безверхнюк, С. Бушуєв, В. Бурков, К. Ващенко, В. Воропаєв, В. Воротін, Т. Гречко, О. Кілієвич, І. Мазур, В. Тертичко, В. Шапіро та ін. Проблеми управління соціальними проєктами досліджують А. Автономов, В. Аграновіч, Г. Антонюк, В. Бурков, А. Карповцева, Н. Кулікова, В. Курбатов, Р. Леньков, В. Луков, О. Пономаренко, Е. Самбуров та ін. Теоретичні аспекти соціального проєктування розглянуто в працях Г. Антонюка, Т. Дрідзе, Ю. Крючкова, Н. Лапіна, А. Пригожина, Ж. Тощенко, М. Харитоновна, О. Яницького та ін. Однак, незважаючи на широке коло існуючих

наукових напрацювань, проблема управління соціальними проєктами, враховуючи досвід зарубіжних країн, потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності поняття «соціальний проєкт», його змістових характеристик, окреслення особливостей управління проєктами соціального розвитку, формування цілей соціальних проєктів та доцільності їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті вивчення теоретичних засад означеної проблеми слід зазначити, що слово «проєкт» походить від латинського *projectus*, що означає «кинутий уперед». На думку В. Лукова, проєкт є мисленнєвою конструкцією яких-небудь змін, котрі заздалегідь сплановані та можуть бути реалізовані. Така конструкція може бути подана у вигляді моделі, прообразу, і в ній є обов'язковий вольовий компонент – налаштованість здійснити задум [7]. О. Яременко, О. Артюх, О. Балакірева розглядають проєкт як сукупність взаємопов'язаних дій із чітко визначеними датами початку та завершення роботи, які потребують залучення спеціалістів та ресурсів із метою досягнення певних цілей організації [8]. Саме тому управління проєктами є одним із найперспективніших напрямів управлінської діяльності, яка спрямована на керування, координацію й організаційне забезпечення виконання проєктів та передбачає застосування сучасних методів і засобів управління, інноваційних технологій у різних сферах науки й практики.

У працях учених, як правило, зазначається, що для вирішення проблеми ефективної реалізації проєктів соціального розвитку необхідне розроблення технології управління соціальними проєктами [4, с. 2]. Однак складність і багатоаспектність проблеми управління соціальними проєктами зумовлюють множинність підходів до розуміння її суті, природи, структури, а також до методів її вивчення, через що поняття «соціальний проєкт» трактується авторами по-різному. Загалом [6; 7] соціальний проєкт визначається вченими як приписана модель, майбутній бажаний стан системи, що виникає у результаті певних дій людей, наявності ресурсів (фінансових, трудових, матеріальних, інтелектуальних, пізнавальних, евристичних, ціннісних). Соціальний проєкт також розглядається як мета проєктної діяльності, вид соціальної творчості.

Важливою вбачається характеристика соціального проєкту як сконструйованого соціального нововведення, метою якого є створення, модернізація чи підтримка в середовищі матеріальної або духовної цінності, котра має просторово-часові та ресурсні обмеження і вплив якої на людей визнається позитивним за своїм соціальним значенням [10]. На думку М. Коган, соціальний проєкт – це опис конкретної ситуації, котра може бути

поліпшена засобами реалізації певної системи методів та послідовних кроків їх використання [5].

Слід зазначити, що проєкти соціального розвитку розробляються з метою вирішення соціальних проблем та задоволення потреб суспільства. У межах соціальної політики такі проєкти реалізують держава, благодійні організації та фонди, міжнародні фінансові організації. При цьому головними експертами у процесі оцінювання проєктів соціального розвитку виступає суспільство. Тому, як слушно зазначає Т. Безверхнюк, прийнятність варіантів розв'язання соціальних проблем для цільових груп проєкту та населення того регіону, для якого він розробляється, має бути одним з індикаторів якості соціального проєкту [3].

У зв'язку з вищезазначеним та з огляду на порівняння соціальних проєктів з іншими видами до особливостей управління проєктами соціального розвитку можна віднести спрямованість на отримання якісних і важко вимірюваних некомерційних вигід та соціального ефекту (створення вигід для суспільства, зокрема зміна структури зайнятості, створення нових робочих місць, зниження рівня безробіття, розширення спектру послуг соціального характеру тощо). Крім того, у зв'язку зі специфікою управління соціальними проєктами формування цілей має високий рівень невизначеності та може коректуватися під час реалізації проєкту.

У теорії соціального проєктування зазначається [11], що у процесі формування цілей проєктів соціального розвитку слід враховувати соціальну корисність, соціальне значення та соціальні наслідки проєкту. Формування цілей має впливати з чітко сформульованої моделі майбутнього, а цілі – відповідати вектору еволюційного розвитку соціальної системи, особливостям соціокультурного простору, специфіці соціальної ситуації на території, інтересам усіх зацікавлених сторін проєкту: соціальних груп, державних, громадських інститутів, комерційних організацій, що входять до оточення проєкту. Підкреслимо, що незалежно від формулювання цілей наслідком проєкту будуть соціальні зміни, що впливають на стан об'єкта та загальний вектор соціального розвитку. Отже, під час формування цілей проєкту соціального розвитку треба враховувати значення попереднього аналізу та прогнозу соціальних змін, оцінку віддалених наслідків проєкту. Методологія соціального проєктування має спиратися на принципи та механізми становлення соціально прийнятних соціокультурних зразків, враховувати умови, необхідні для інтегрування у соціальну практику.

Не менш важливим є визначення методів управління проєктами соціального розвитку у процесі формування цілей. Так, до загальновідомих методів формування цілей соціального проєкту відносять: дерево цілей (ієрархічна структура сукупності цілей проєкту, що дає змогу

виділити головну ціль, цілі першого, другого, третього рівнів) та SMART-аналіз цілей (визначається як досяжний продукт діяльності, що підлягає перевірці, вимогами до цілей є конкретність, вимірюваність, досяжність, реальність, контрольованість). Своєю чергою, вигоди від реалізації соціальних проєктів можна визначити за допомогою методик SWA-аналізу (оцінки співвідношення витрат на реалізацію соціальних проєктів і вигід від неї, що дає змогу порівнювати грошовий еквівалент соціального ефекту від їх реалізації, відкинути явно неефективні проєкти на етапі їх попередньої оцінки, знизити ризики прийняття неправильних управлінських рішень, оптимізувати витрати бюджету); SROI (аналіз витрат, вигід та соціальний аудит, спрямований на виявлення соціальної цінності, що створюється проєктом, шляхом знаходження матеріальних, фінансових і нефінансових еквівалентів для соціальних результатів).

У процесі формування цілей проєкту соціального розвитку обґрунтовується його відповідність пріоритетним напрямам розвитку держави, визначаються його доцільність та очікуваний вплив на цільові групи і територію реалізації проєкту. Після визначення доцільності соціального проєкту (відповідності цілям зацікавлених сторін та соціальним змінам) окреслюється концепція проєкту соціального розвитку у вигляді проєктної пропозиції для фінансування. Варто зазначити також, що однією з вагомих характеристик доцільності проєкту є сталість та тривалість його результатів, що, своєю чергою, дає змогу продемонструвати інвестору (донору), куди витрачено ресурси, який вплив вони здійснюють на цільові групи й отримувачів послуг та який ефект отримано у результаті. Своєю чергою, інвестування у вітчизняні проєкти соціального розвитку переважно здійснюється через такий механізм фінансування, як фандрайзинг.

У загальному розумінні фандрайзинг – це мистецтво випрошування грошей, залучення ресурсів, які можна отримати безкоштовно. А. Кривоносов, О. Філатова, М. Шишкіна розглядають фандрайзинг як діяльність щодо залучення й акумулювання фінансових коштів із різних джерел на реалізацію соціально-культурних проєктів і програм, які не мають безпосередньо комерційної вигоди, а носять короткочасний характер [9]. Фандрайзинг розглядають також як науку і мистецтво систематичної роботи з різноманітними джерелами фінансування зі збору коштів та залучення ресурсів для забезпечення фінансування некомерційних організацій, виконання благодійних акцій, підтримки іншої некомерційної діяльності або фінансування діяльності індивідуальних осіб, які ведуть значущі дослідження або навчаються за соціально значимими спеціальностями [1, с. 2].

Серед способів фандрайзингу виділяють: збір грошей (збір приватних пожертв, аукціони, публічні благодійні акції); залучення волонтерів (до проведення спеціальних заходів, роботи організації); отримання фінансування (на проведення певних заходів, реалізацію програм, проєктів) від державних структур, комерційних організацій, спеціальних фондів тощо. При цьому донорами (інвесторами) можуть виступати державні структури різних країн, міжнародні організації, приватні благодійні фонди, комерційні структури, релігійні, наукові та інші громадські некомерційні організації, а також приватні особи. Однак сьогодні даний механізм фінансування тільки розвивається з огляду на відсутність фахівців із відповідним досвідом та спеціальною підготовкою залучення ресурсів в об'єкти соціальної сфери.

Висновки з проведеного дослідження. Підбиваючи підсумок, зазначаємо, що управління проєктами є одним із найперспективніших напрямів управлінської діяльності, яка спрямована на керування, координацію й організаційне забезпечення виконання проєктів та передбачає застосування сучасних методів і засобів управління, інноваційних технологій у різних сферах науки й практики. У процесі формування цілей проєкту соціального розвитку обґрунтовується його відповідність пріоритетним напрямам розвитку держави, визначається його доцільність та очікуваний вплив на цільові групи і територію реалізації проєкту. Після визначення доцільності соціального проєкту окреслюється концепція проєкту соціального розвитку у вигляді проєктної пропозиції для фінансування. Слід зазначити, що однією з вагомих характеристик доцільності проєкту є сталість та тривалість його результатів, що, своєю чергою, дає змогу продемонструвати інвестору (донору), куди витрачено ресурси, який вплив вони здійснюють на цільові групи й отримувачів послуг та який ефект отримано у результаті. Дослідження показало, що одним з ефективних механізмів фінансування вітчизняних проєктів соціального розвитку є фандрайзингова діяльність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бадылевич Л.В. Фандрайзинг как средство развития научно-исследовательской деятельности будущих социальных работников : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Тамбов, 2004. 23 с.
2. Бакуліна О.С. Формування людиноцентричної моделі соціального розвитку підприємств Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 2(19). С. 99–103. URL : <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/19-2019-ukr> (дата звернення: 12.01.2020).
3. Соціальний проєкт в державному управлінні: обґрунтування доцільності реалізації / Т.М. Безверхнюк та ін. *Публічне управління: теорія та практика*. 2014. Вип. 1. С. 32–39.

4. Геращенко Н.О. Особливості формування цілей у проєктах соціального розвитку. *Управління проєктами та розвиток виробництва*. 2010. № 1(33). С. 47–51.

5. Коган М.С. Метод проєктів і умовия его ефективного применения в воспитательной работе. URL : <http://www.websib.ru/vospitanie/04-05/metod1/htm> (дата звернення: 14.01.2020).

6. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование : учебное пособие. Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. 416 с.

7. Луков В.А. Социальное проектирование : учебное пособие. Москва : Фанита, 2007 240 с.

8. Науковий супровід, моніторинг та оцінка ефективності соціальних проєктів / О.О. Яременко та ін. Київ : ДЦССМ, 2002. 132 с.

9. Кривонос А.Д., Філатова О.Г., Шишкіна М.А. Основи піарології (науки про зв'язки з громадськістю) : навчальний посібник. Санкт-Петербург : Роза світу, 2008. 410 с.

10. Плышевский В.Г. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе. Москва : МГУС, 2001. 95 с.

11. Специфика целеполагания при управлении социальными проєктами. URL : <http://www.collegian.ru/files/USP.ppt> (дата звернення: 12.01.2020).

REFERENCES:

1. Badylevich L.V. (2004). *Fandrayzing kak sredstvo razvitiya nauchno-issledovatel'skoy deyatel'nosti budushchikh sotsial'nykh rabotnikov* [Fundraising as a means of developing research activities of future social workers] (PhD Thesis). Tambov. (in Russian)

2. Bakulina O.S. (2019). *Formuvannja ljudynocentrychnoji modeli social'nogho rozvytku pidpryemstv* [Formation of the human-centric model of social development of enterprises Eastern Europe: economy, business and management]. *Skhidna Jevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnja*. (electronic journal), vol. 2(19), pp. 32–38. Available at:

<http://www.easterneurope-ebm.in.ua/19-2019-ukr> (accessed 12 January 2020).

3. Bezverkhnyuk T. M., Sencha Y. A., Syvak T. V., Levyckij A. A. (2014). *Social'nyj proekt v derzhavnomu upravlinni: obgruntuvannja docilnosti realizaciji* [Social project in public administration: substantiation of feasibility of realization]. *Publichne upravlinnja: teorija ta praktyka*, 2014, vol. 1, pp. 32-39.

4. Gherashhenko N.O. (2010). *Osoblyvosti formuvannja cilej u proektakh social'nogho rozvytku* [Features of goal setting in social development projects]. *Upravlinnja proektamy ta rozvytok vyrobnyctva*, 2010, no. 1 (33), pp. 47-51.

5. Kogan M.S. *Metod proektov i usloviya ego effektivogo primeneniya v vospitatel'noy rabote* [Project method and conditions for its effective application in educational work]: website: URL: <http://www.websib.ru/vospitanie/04-05/metod1/htm> (accessed 14 January 2020).

6. Kurbatov V.I., Kurbatova O.V. (2001). *Sotsial'noe proektirovanie* [Social Design]. Rostov /D: Feniks, 2001 (in Russian).

7. Lukov V.A. (2007). *Sotsial'noe proektirovanie* [Social Design]. Moskva: Fanita, 2007 (in Russian).

8. Jaremenko O.O., Artjukh O.R., Balakirjeva O.M. (2002). *Naukovyj suprovid, monitoryng ta ocinka efektyvnosti social'nykh proektiv* [Scientific support, monitoring and evaluation of the effectiveness of social projects]. Kyjiv: DCSSM (in Ukrainian).

9. Kryvonosov A.D., Filatova O.Gh., Shyshkina M.A. (2008). *Osnovy piarologhii (nauky pro zv'jazky z ghromadsjkistju)* [Fundamentals of Piarology (Public Relations Science)]. SPb.: Roza svitu (in Ukrainian).

10. Plyshevskiy V.G. (2001). *Prognozirovanie, proektirovanie i modelirovanie v sotsial'noy rabote* [Forecasting, designing and modeling in social work]. Moskva: MGUS.

11. *Spetsifika tselepolaganiya pri upravlenii sotsial'nymi proektami* [The specifics of goal setting in managing social projects]: website: URL: <http://www.collegian.ru/files/USP.ppt> (accessed 12 January 2020).

РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

MODERN REQUIREMENTS FOR DETERMINING THE ESSENCE OF THE ENTERPRISE'S FINANCIAL POTENTIAL

У статті досліджено наукові підходи до визначення сутності фінансового потенціалу підприємства, наведено їхні переваги та недоліки; вказано на неприпустимість протиставлення двох найбільш поширених у науці підходів – ресурсного та результативного; обґрунтовано логіку їх інтеграції в єдиний ресурсно-результативний підхід. Цей інтегрований підхід пов'язується з двома варіантами функціонування підприємства – екстенсивним і інтенсивним. Фінансовий потенціал підприємства розглядається як оптимальний обсяг його фінансових ресурсів, який воно залучає та з найбільш можливим рівнем ефективності використовує задля досягнення найкращих результатів своєї діяльності. Як залучені підприємством ресурси перш за все розуміються фінансові ресурси, які в подальшому трансформуються у чинники виробничої діяльності. Результати можуть бути різними залежно від конкретних умов функціонування підприємства: зростання вартості підприємства, збільшення чистих грошових потоків, збільшення прибутку, нейтралізація ризиків і попередження фінансових криз тощо.

Ключові слова: фінансовий потенціал, ідентифікація сутності, ресурси, результати, інтегрований підхід, аналіз, управління.

потенциала предприятия, приведены их преимущества и недостатки; указано на недопустимость противопоставления двух наиболее распространенных в науке подходов – ресурсного и результативного; обоснована логика их интеграции в единый ресурсно-результативный подход. Этот интегрированный подход связывается с двумя вариантами функционирования предприятия – экстенсивным и интенсивным. Финансовый потенциал предприятия рассматривается как оптимальный объем его финансовых ресурсов, который оно привлекает и с наиболее возможным уровнем эффективности использует для достижения лучших результатов своей деятельности. В качестве привлеченных предприятия ресурсов прежде всего понимаются финансовые ресурсы, которые в дальнейшем трансформируются в факторы производственной деятельности. Результаты могут быть разными в зависимости от конкретных условий функционирования предприятия: рост стоимости предприятия, увеличение чистых денежных потоков, увеличение прибыли, нейтрализация рисков и предупреждение финансовых кризисов и т. д.

Ключевые слова: финансовый потенциал, идентификация сущности, ресурсы, результаты, интегрированный подход, анализ, управление.

УДК 658.14/17:336

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-52>**Антоненко В.М.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління
і фінансово-економічної безпеки
ДВНЗ «Донецький національний
технічний університет»

Antonenko Valentyna

State Institution of Higher Education
“Donetsk National Technical University”

В статье исследованы научные подходы к определению сущности финансового

Research on the financial potential of the enterprise is very relevant now, but scientists have not come to a consensus in determining its essence and methodological approaches to its analysis, planning or management. The most common are resource and productive approaches to defining the nature of this category. But in paying tribute to the authors who developed these approaches, it is worth pointing out an error about the section of these approaches. The availability or accumulation of resources in an enterprise causes its extensive development, and the effective use of resources is associated with an intensive (which, of course, is more economically acceptable) variant of the enterprise functioning. Therefore, it is advisable to integrate the two approaches into one – resource-efficient, because financial potential acts as a lever that forms the mechanism of dynamic transformation of resources in the results of the enterprise. This aspect should be taken into account when identifying the essence of the financial potential of the enterprise. Therefore, the following definition is proposed: the financial potential of an enterprise is, in its essence, the optimal amount of financial resources that an enterprise attracts and uses with the highest possible level of efficiency to achieve the best results of its activities. First, the resources attracted by the enterprise are financial resources that are further transformed into factors of production activity. Regarding the results of using this potential, it should be noted that they may be different, depending on the specific purpose and specific conditions of operation of the enterprise. Usually they can be: increase in value of the enterprise as the global purpose of functioning of the enterprise; increase in net cash flows, if needed by the enterprise in cash; increase in profits if the company needs and plans to improve its financial results; neutralization of risks and prevention of financial crises, if the enterprise is in unsatisfactory financial condition. Such multifaceted nature of the results of the use of financial potential complicates the development of methods of its analysis, planning or management. At least, we believe that one cannot try to do a single method of his research, because the results of his actions are different directions and goals of its use. Available in the special literature, the findings on the analysis of financial potential fundamentally coincide with the classic analysis of the financial condition of the enterprise. And such a coincidence cannot be considered scientifically or practically justified. Therefore, such special studies in the field of its (financial potential) analysis, planning, management should be continued, but only after achieving clarity and unity in the identification of its essence.

Key words: financial potential, essence definition, resources, results, integrated approach, analysis, management.

Постановка проблеми. В умовах досить мінливого середовища функціонування сучасних підприємств усе більшу увагу привертає до себе проблема формування та використання їхнього фінансового потенціалу. Але попри таку актуальність указаної теми, на разі відсутні як чіткість у розумінні сутності цього потенціалу, так і єдність науковців у розробленні підходів до його ефективного використання.

Досліджуваному у цій статті проблемою вибрано саме визначення сутності фінансового потенціалу підприємства з націленістю на врахування сучасних викликів та вимог забезпечення підвищення ефективності його реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вибрано у цій статті темою в останні роки переймалися такі вчені, як: О.В. Белінська, Б.Я. Блащак,

В.А. Бова, У.Я. Витвицька, О.В. Граціян, Н.Ю. Григорик, Т.В. Гринько, А.Є. Громова, О.Є. Гудзь, В.В. Глуценко, О.М. Дзюбенко, О.В. Жовтівська, Р.І. Задерецька, Г.В. Корнійчук, Л.А. Костирко, Л.М. Крот, Т.Б. Кузенко, Г.П. Куліш, О.В. Курінна, Г.В. Кучер, Н.М. Левченко, Л.А. Ляхович, Л.М. Маршук, Н.Г. Міценко, М.Р. Мудрий, Г.О. Партин, Г.І. Рзаєв, Н.В. Сабліна, І.В. Саух, Е.А. Середа, С.О. Смирнов, П.А. Стецюк, Р.А. Толпежников, О.С. Хринюк, В.В. Чепка, Ю.В. Штим та ін. Загалом їхні дослідження зачіпають різні важливі аспекти вказаної теми, але, віддаючи належну шану всім ученим, варто підкреслити, що дослідження фінансового потенціалу підприємства далеке від завершення та потребує свого продовження. Найактуальнішим, на нашу думку, є не стільки визначення сутності чи складників фінансового потенціалу, скільки проблема забезпечення його ефективного використання. Ба більше, на нашу думку, цей означений останній аспект необхідно враховувати і під час ідентифікації сутності фінансового потенціалу.

Постановка завдання. З урахуванням вищевказаного, ґрунтуючись на тому, що успішний розвиток підприємства великою мірою залежить саме від забезпечення ефективності реалізації фінансового потенціалу (і меншою мірою від його обсягу), мета цього дослідження формулюється як обґрунтування власної позиції щодо визначення сутності фінансового потенціалу підприємства з урахуванням напрямів забезпечення його ефективного використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вчені, які присвячували свої дослідження проблемі фінансового потенціалу, зробили досить вагомий внесок у розроблення теоретичних засад його ідентифікації як фінансової категорії [1–3; 13; 15; 16; 22–25], досліджували процедури та особливості його формування [9; 11; 19; 21; 24], зробили внесок у визначення методів його аналізу та планування в короткостроковому та стратегічному масштабах [4; 5; 7; 8; 10; 13; 17; 20; 22; 25–27], переймалися питаннями формування та розроблення підходів до управління фінансовим потенціалом [7; 12; 14; 18].

Досить цікавими в контексті досліджуваної нами теми є також монографія, присвячена, між іншим, впливу фінансового потенціалу на досягнення фінансово-економічної безпеки підприємства [23], та публікація щодо визначення ролі фінансового потенціалу в умовах нестабільності економіки [13]. Безумовно, Г.П. Куліш, В.В. Чепка [13] та колектив учених, що підготували монографічну публікацію [23], мають рацію, бо загрози та ризики, що несе підприємствам сучасне середовище їх функціонування, можуть не тільки спотворити результати використання їхнього потенціалу, а й негативно вплинути на його формування або ж узагалі зруйнувати його вщент.

Як стверджує Г.В. Кучер, така категорія, як «фінансовий потенціал», виникла об'єктивно, у зв'язку з розвитком фінансових відносин унаслідок розвитку держави та товарно-грошових відносин. Він указує на тісний зв'язок категорії «фінансовий потенціал» із такими категоріями, як «доходи», «витрати», «бюджет», «податки», «цільові фонди грошових коштів», «прибуток», «дивіденди», «заробітна плата», «виручка», «амортизація», «відрахування», «виплати», «процент», «кредит» тощо [16, с. 49]. Продовжуючи його тезу, додамо, що фінансовий потенціал посів важливе місце в системі вказаних фінансових категорій та відіграє вагомую роль у процесі функціонування підприємств та досягнення ними бажаних результатів своєї діяльності.

Дослідники, що давали визначення сутності фінансового потенціалу, підходили до цього з різних позицій. Навіть здійснюючи класифікацію цих підходів, науковці поділяють їх на різні групи як за кількістю цих груп, так і за їх сутнісним спрямуванням.

Так, переважаюча кількість учених, які займалися класифікацією різних наукових підходів до тлумачення сутності фінансового потенціалу, виокремлює тільки два сутнісних підходи: ресурсний та результативний [2; 3; 6; 9; 17; 18; 22]. Щодо такого поділу сутнісних визначень фінансового потенціалу, то варто підкреслити, що не можна вважати цілком виправданою точку зору тих науковців, які підтримують чи відстоюють ресурсний підхід. Даючи пояснення цьому зауваженню, необхідно згадати, що наукою вже давно доведено наявність двох варіантів функціонування чи розвитку підприємств – екстенсивного й інтенсивного, а саме акцент на накопичення ресурсів відповідає саме екстенсивному типу розвитку, що не є оптимальним рішенням і не забезпечує ні фінансового поліпшення стану підприємств, ні конкурентних переваг. Тому ми схильні відхилити акцент на ресурсне ставлення до визначення сутності фінансового потенціалу, а перенести його (акцент) на результативний підхід як варіант реалізації переважно інтенсивного його вмісту. Саме інтенсивний характер сутності фінансового потенціалу, тобто розгляд його, перш за все, не як накопичення фінансових чи будь-яких інших ресурсів, а як результат їх застосування, ми вважаємо за доцільне і правильне. До такої ж думки схилиються й Н.М. Левченко [17], Г.І. Рзаєв і О.В. Жовтівська [22]; а А.Є. Громова [6], Г.П. Куліш і В.В. Чепка [13] та колектив учених під керівництвом В.В. Глуценка [23] результатом дії фінансового потенціалу підприємства вважають отриманий ним прибуток.

Разом із тим у науковій літературі зустрічаються доволі цікаві, оригінальні та навіть дещо дивні варіанти тлумачення чи класифікації підходів до

сутності фінансового потенціалу. Тож наведемо деякі з них.

I.V. Саух [25], узагальнюючи угруповання наукових підходів до сутнісної ідентифікації фінансового потенціалу, виділяє набагато більше класифікаційних груп, виокремлюючи, зокрема: ресурсний, результативний, резервний, результативно-резервний, ресурсно-резервний, ресурсно-результативний, комплексний, оптимізаційний, конкурентно-орієнтований, формалізований, системний. Такий класифікаційний перелік підходів до визначення сутності досліджуваної категорії авторка залишає, на жаль, без будь-яких коментарів. Але висловимо думку, що деякі з указаних нею класифікаційних груп не є альтернативами одна іншій: як було зазначено раніше, ресурсний (екстенсивний) підхід має бути поєднаним із результативним (інтенсивним), бо їх неправильно протиставляти; у будь-якій ситуації реалізація фінансового потенціалу вимагає комплексного і системного підходів, бо він (потенціал), своєю чергою, є розгалуженою системою певних складників; оптимізаційний та конкурентно-орієнтований підходи передбачають націленість процесів реалізації фінансового потенціалу на досягнення підприємством найкращих результатів; формалізований же підхід доводить визначення фінансового потенціалу до певних математичних моделей. Отже, у цій класифікації як такої відсутня класифікаційна ознака, тобто критерій класифікаційного поділу, тому дана у роботі [25] класифікація нами вважається дещо хибною. Окрім того, далі авторка зосереджується виключно на ресурсному підході, детально розкриваючи саме ресурсне розуміння потенціалу, що, мабуть, можна вважати кроком назад у його дослідженні.

Досить оригінальною у цьому сенсі виглядає групування визначень фінансового потенціалу, надане Т.Б. Кузенко і Н.В. Сабліною у їхній сумісній роботі [12], де авторки намагаються включити до розгляду сутності цієї категорії такі фінансові поняття та показники, як (наводимо повністю цей перелік): вартість, ресурси, фундамент, трансформація, ресурсний потенціал, результати господарської діяльності, фінансові ресурси, економічний потенціал, максимізація прибутку, можливості, комерційні цілі, приховані активи, додаткові фінансові джерела, стратегічні перспективи, інвестиційна привабливість, відносини, фінансовий результат, власний капітал, ліквідність, фінансова стійкість, інвестиційні проекти, рентабельність, система управління фінансами, фінансування, ефективність використання. Як бачимо, авторки зробити спробу, так би мовити, об'єднати необ'єднуване. Не можна обійти увагою таке дивне їх ставлення до класифікації підходів до визначення фінансового потенціалу; вважаємо, що тут явно простежується еkleктика та навіть плутанина в глобальному

розумінні сутності цієї категорії, бо не є коректним вихоплення декількох слів із публікацій цитованих ними науковців та формування на цьому своєї класифікації. Тут також відсутній критерій класифікаційного поділу множини наукових підходів до сутності цієї категорії.

Більш ретельно проведено аналіз дефініції сутності фінансового потенціалу та класифіковано існуючі наукові підходи до його визначення у роботі О.М. Дзюбенка. Ним зроблено спробу відійти від альтернативної полярності (або ресурсний, або результативний підхід) та винайдено певні проміжні чи комплексні варіанти означеної класифікації: наприклад, він пише про існування таких визначень фінансового потенціалу, як сукупність фінансових показників господарської діяльності підприємства, система управління фінансами підприємства та ефективність функціонування підприємства [8]. Такий сміливий підхід до різноваріантного тлумачення фінансового потенціалу є, на наше переконання, дещо дискусійним; але при цьому викликає інтерес до неординарності авторської позиції та заслуговує схвалення його відхід від звуженого, спрощеного ставлення до фінансового потенціалу тільки як до ресурсів (за ресурсним підходом) або тільки як до результатів (за результативним підходом).

На нашу думку, найбільш коректними та обґрунтованими позиціями у визначенні сутності категорії фінансового потенціалу підприємства вбачаються тлумачення:

– О.М. Дзюбенка, який пише, що фінансовий потенціал пов'язаний із процесом активізації джерел щодо забезпечення, формування, розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів із метою акумулювання можливостей зростання результативності господарської діяльності підприємства [8, с. 21]. Зауважимо, що з такою думкою вченого треба погодитися;

– П.А. Стецюка і Г.В. Корнійчука, які стверджують, що фінансовий потенціал являє собою сукупність об'єктивних передумов (можливостей) залучити такий обсяг фінансових ресурсів, який у конкретних організаційно-економічних і фінансових умовах підприємства спроможний відшкодувати в повному обсязі за рахунок чистих грошових потоків від його виробничих та інвестиційних програм, для реалізації яких залучаються ці фінансові ресурси [26, с. 13]. Стосовно цієї тези цитованих авторів, варто зазначити, що в їх визначенні простежуються: по-перше, певний відхід від ресурсного ставлення до фінансового потенціалу (бо вони пишуть, що потенціал – це не ресурси, а передумови (можливості), але не наводячи при цьому трактування, що це за можливості); по-друге, деякий натяк на їх схильність до результативного підходу (бо вони оперують поняттями відшкодування та чистих грошових потоків);

– Р.О. Толпежнікова, який досить влучно і навіть красиво пише, що фінансовий потенціал виступає у ролі важеля, що формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результати діяльності підприємства [27, с. 282]. Безумовно, таке визначення фінансового потенціалу можна вважати не тільки найкоротшим, а й найбільш наближеним до істини, бо автор не ставить за мету охопити неосяжне і не заціклюється тільки на формуванні ресурсів, а робить наголос на трансформації ресурсів у результати – саме це й є головним у разі розгляду потенціалу з точки зору інтенсивного підходу до його тлумачення. Ба більше, вчений не розписує конкретно, що ним мається на увазі під результатами діяльності підприємства, і це ми вважаємо у даному випадку не тільки припустимим, а й правильним, тому що у конкретного підприємства у певних умовах цілі (а за їх досягнення – результати) можуть бути різними, наприклад: зростання вартості підприємства як глобальна мета функціонування підприємства; збільшення чистих грошових потоків у разі потреби підприємства у грошових коштах; збільшення прибутку, якщо підприємство потребує та планує поліпшення фінансових результатів; нейтралізація ризиків і попередження фінансових криз за умови знаходження підприємства у незадовільному фінансовому стані; а також інші цільові напрями використання потенціалу, які за певних умов висуваються як першочергові.

Підсумовуючи розглянуті сутнісні характеристики фінансового потенціалу, враховуючи винайдені в деяких публікаціях удалі доробки та певні

вади, зробимо власну спробу визначитися із сутністю досліджуваної категорії.

Отже, фінансовий потенціал підприємства за своєю сутністю являє собою оптимальний обсяг фінансових ресурсів підприємства, який воно залучає та з найбільш можливим рівнем ефективності використовує задля досягнення найкращих результатів своєї діяльності (з урахуванням специфіки конкретних умов його функціонування: зростання вартості підприємства; збільшення чистих грошових потоків, поліпшення фінансових результатів, нейтралізація фінансових ризиків, активізація інвестиційної діяльності, зміцнення фінансової безпеки, поліпшення ринкової позиції тощо).

Уважаємо, що ні в якому разі не можна розділяти чи тим більше протиставляти ресурсний і результативний підходи, а глибинна сутність фінансового потенціалу підприємства саме криється в їх поєднанні. Наочно такий підхід до визначення сутності фінансового потенціалу підприємства (назвемо його ресурсно-результативним) можна зобразити рис. 1. А застосовувана деякими авторами та наведена нами вище у цій статті деталізація їхніх підходів до визначення сутності цього потенціалу певною мірою вважається зайвою.

Сутнісне поєднання ресурсного і результативного, тобто екстенсивного й інтенсивного підходів, вимагає від підприємства ефективного механізму управління фінансовим потенціалом: тільки за умови ефективного управління фінансовими ресурсами досягається поставлена мета, яка стає бажаним результатом. Тому, досліджуючи сутність фінансового потенціалу підприємства, важливо не

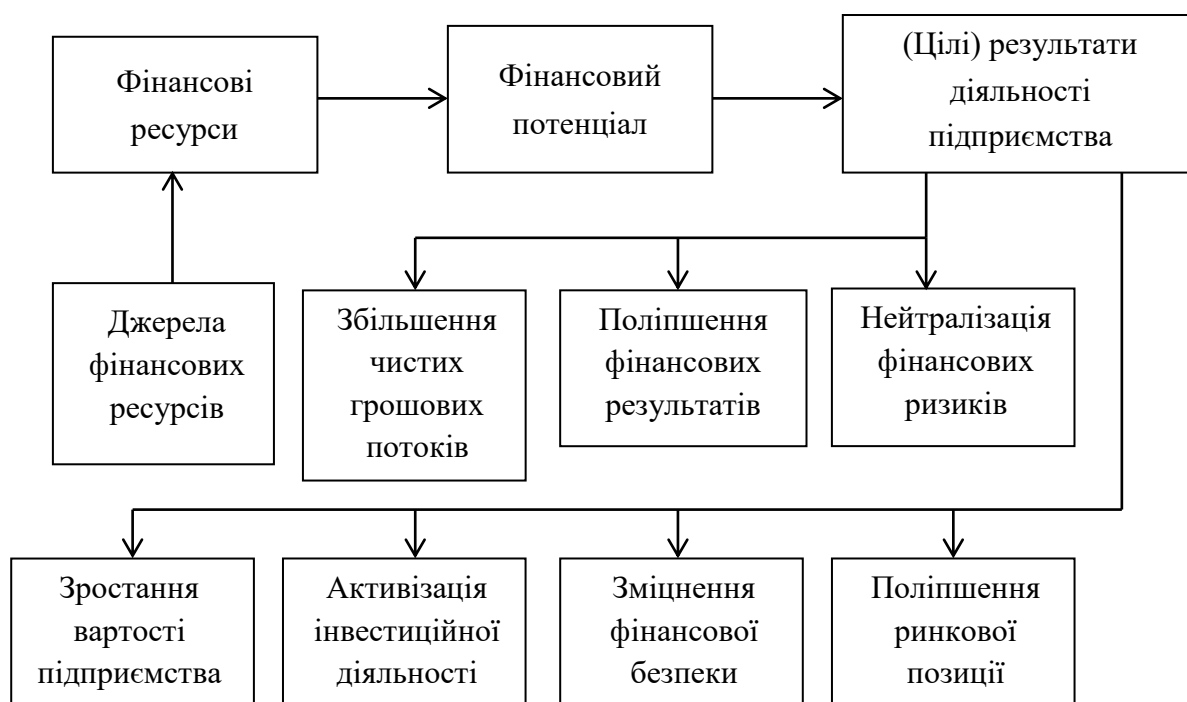


Рис. 1. Ресурсно-результативна сутність фінансового потенціалу підприємства

обійти увагою питання забезпечення управління ним. Як указує, наприклад, О.В. Белінська, фінансовий потенціал необхідно розглядати з погляду управління ним, оскільки сам по собі фінансовий потенціал без впливу на нього та певних дій щодо його використання користі не принесе [1, с. 268].

Безумовно, що фінансовим потенціалом, як і фінансовими ресурсами, так і результатами їх використання на підприємстві, необхідно управляти, зосереджуючи увагу фінансистів на ефективності цього управління. Але вважаємо, що не варто робити заміну фінансового потенціалу як такого на управління ним. Тут може і повинно йтися про розгляд фінансового потенціалу як специфічного об'єкта фінансового управління, що на практиці забезпечить підприємству екстенсивний та інтенсивний (який є більш бажаним) шляхи його використання.

Для забезпечення ефективного управління фінансовим потенціалом підприємства деякі вчені його (потенціал) поділяють за функціональним поділом на фінансовий потенціал стійкості, фінансовий потенціал забезпечення і фінансовий потенціал розвитку [22]. Такий поділ дасть змогу підприємствам більш виважено і ґрунтовно підходити до управління ним виходячи з конкретних завдань, що мають вирішуватися фінансовим керівництвом на різних етапах розвитку підприємства. Тобто теза про змінюваність результатів використання фінансового потенціалу залежно від умов функціонування підприємства як раз із цим корелює.

Управлінню фінансовим потенціалом, зокрема його формуванню, аналізу чи плануванню, які є функціями фінансового менеджменту, присвячуються такі сучасні роботи, як [4; 7; 10; 12; 14; 18–27]. Науковці при цьому більше переймаються питаннями аналізу, навіть інколи просто переходять до методики класичного фінансового аналізу, пропонуючи застосування таких окремих фінансових показників, як ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, оборотність, рентабельність тощо, або вважають за доцільне використання рейтингової аналітичної оцінки, що також має пряме відношення до аналізу фінансового стану підприємства, а не його фінансового потенціалу. Варто ще раз наголосити на тому, що фінансовий потенціал підприємства не може ототожнюватися з його фінансовим станом, а тому в науці треба вишукувати свої конкретні методи його аналізу.

Не можна погодитися з такою ідеєю, висунутою в роботі [4], стосовно оцінки фінансового потенціалу: за наявності у підприємства збитків пропонується не оцінювати показники рентабельності, а зосереджуватися на аналізі отримуваних підприємством доходів [4, с. 71]. Помилковість цієї пропозиції в тому, що навіть у методиці аналізу

фінансового стану, за наявності у підприємства збитків, показники рентабельності мають бути розраховані, але матимуть при цьому від'ємне значення. А за наявності мінусових показників рентабельності підприємство потребує навіть більшої уваги аналітика, ніж якщо ці показники були б більше нуля; тож ні в якому разі за наявності у підприємства збитків не можна відмовлятися від розрахунку й аналізу цих показників. Окрім того, і це головне, не треба припускати підміни фінансового потенціалу на фінансовий стан.

Отже, загалом треба визнати, що дослідження фінансового потенціалу підприємства вимагає свого продовження, бо цей потенціал необхідно ідентифікувати як окремий об'єкт фінансового менеджменту, фінансового аналізу чи планування, бо на разі таких конкретних наукових напрацювань ще бракує. А головною причиною цього, на нашу думку, є відсутність чіткості у визначенні його сутності, саме тому науковці, підходячи до розроблень у галузі управління (аналізу, планування) фінансовим потенціалом, розпоршують свої дослідження за різноспрямованими напрямками та припускаються підмін категорії фінансового потенціалу на інші. Інакше кажучи, не можна займатися управлінням чимось (аналізом, плануванням), не ідентифікувавши об'єкт управління (аналізу, планування).

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження виявило відсутність чіткості й конкретики щодо ідентифікації сутності фінансового потенціалу підприємства: вчені дотримуються різних (інколи – протилежних, інколи – еkleктичних чи навіть хибних) підходів до цього питання. Не можна протиставляти один одному найбільш поширені в науці ресурсний і результативний підходи до сутності цієї категорії, бо ресурси залучаються для отримання певного результату, а результат досягається завдяки екстенсивному й інтенсивному використанню ресурсів. Тому ці два підходи мають бути інтегровані в єдиний ресурсно-результативний, а результатом, з урахуванням специфіки конкретних умов функціонування підприємства, можуть бути: зростання його вартості; збільшення чистих грошових потоків, поліпшення фінансових результатів, нейтралізація фінансових ризиків, активізація інвестиційної діяльності, зміцнення фінансової безпеки, поліпшення ринкової позиції тощо. Важливість чіткості у визначенні сутності фінансового потенціалу пов'язана з тим, що сутнісна ідентифікація цього потенціалу має передувати розробленню методики його аналізу, планування чи управління, бо, як показало дослідження, не вирішення першого питання провокує спотворений підхід і до подальших методичних розробок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белінська О.В. Сутність фінансового потенціалу підприємства. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного ун-ту*. 2012. № 4. Т. 3. С. 267–271. URL : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2012_4_3/267-271.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
2. Блащак Б.Я. Фінансовий потенціал у структурі потенціалу підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2019. № 3. Т. 30(69). С. 74–78. URL : http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/14.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
3. Бова В.А., Хринюк О.С. Сутність фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. Вип. 11. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22586> (дата звернення: 12.01.2020).
4. Витвицька У.Я., Штим Ю.В. Рейтингова оцінка фінансового потенціалу підприємства. *Наук. вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. Вип. 30. Ч. 4. С. 70–74. URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_30/4/19.pdf (дата звернення: 14.01.2020).
5. Гринько Т.В., Смирнов С.О. Методичні підходи до оцінки фінансово-інвестиційного потенціалу промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4929> (дата звернення: 15.01.2020).
6. Громова А.Є. Фінансовий потенціал як основа формування прибутку підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 5. С. 75–78. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/5_2017_ukr/16.pdf (дата звернення: 12.01.2020).
7. Гудзь О.Є. Діагностика та управління фінансовим потенціалом підприємства. *Облік і фінанси*. 2015. № 1(67). С. 71–76. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_ark_2015_1_12 (дата звернення: 13.01.2020).
8. Дзюбенко О.М. Підходи до дефініції поняття «фінансовий потенціал» як об'єкта економічного аналізу. *Вісник ЖДТУ*. 2017. № 4(82). С. 18–24. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2017_4_6 (дата звернення: 15.01.2020).
9. Корнійчук Г.В. Структурні компоненти фінансового потенціалу агроформувань. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 11. С. 73–77. URL : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/13819> (дата звернення: 13.01.2020).
10. Костырко Л.А., Середа Е.А. Комплексний аналіз фінансового потенціала підприємств. *Наук. вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 1(86). С. 68–79. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/482227.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).
11. Крот Л.М., Григорик Н.Ю. Основні аспекти підвищення фінансового потенціалу банку. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 187–192. URL : http://market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/33.pdf (дата звернення: 15.01.2020).
12. Кузенко Т.Б., Сабліна Н.В. Методичні підходи до управління фінансовим потенціалом підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 4(166). С. 123–130. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_4_16 (дата звернення: 14.01.2020).
13. Куліш Г.П., Чепка В.В. Фінансовий потенціал підприємства та його роль в умовах нестабільності економіки. *Статистика України*. 2017. № 1. С. 29–35. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/su_2017_1_6 (дата звернення: 13.01.2020).
14. Курінна О.В. Теоретичні аспекти управління фінансовим потенціалом підприємств. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 1. С. 161–171. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_econ_2014_1_18 (дата звернення: 14.01.2020).
15. Кучер Г.В. Фінансовий потенціал економічного розвитку: теоретичний аспект. *Вісник КНТЕУ. Фінанси та банківська справа*. 2014. № 4. С. 92–105. URL : <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2014/04/9.pdf> (дата звернення: 13.01.2020).
16. Кучер Г.В. Фінансовий потенціал як економічна категорія. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 9. С. 46–52. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_9_6 (дата звернення: 13.01.2020).
17. Левченко Н.М. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до діагностики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 2. С. 114–117. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2012/32.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
18. Ляхович Л.А. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та управління. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 22. С. 92–98. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/22_2018_ukr/17.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
19. Маршук Л.М. Принципи формування фінансово-ресурсного потенціалу підприємства. *Вісник ХДУ. Серія «Економічні науки»*. 2016. URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_18/2/15.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
20. Міценко Н.Г., Мудрий М.Р. Методичні підходи до оцінювання фінансового потенціалу підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.7. С. 213–219. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/metodich-ni-pidhodi-do-otsinyuvannya-finansovogo-potentsialu-pidpriemstva/viewer> (дата звернення: 13.01.2020).
21. Партин Г.О., Задерецька Р.І., Граціян О.В. Формування фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4754> (дата звернення: 14.01.2020).
22. Рзаєв Г.І., Жовтківська О.В. Фінансовий потенціал підприємства та напрями його оцінки. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 2(4). Т. 19. С. 49–55. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2%284%29_11 (дата звернення: 15.01.2020).
23. Розвиток фінансового потенціалу суб'єктів господарювання як основа досягнення фінансово-економічної безпеки : монографія / за ред. В.В. Глуценка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 384 с. URL : <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12905> (дата звернення: 13.01.2020).
24. Саух І.В. Фінансовий потенціал підприємства: принципи та особливості його формування. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. URL : http://www.businessinform.net/annotated-catalogue/?year=&abstract=2015_01_0=ua&stqa=40 (дата звернення: 13.01.2020).

25. Саух І.В. Фінансовий потенціал підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 1. С. 132–140. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2017_1_20 (дата звернення: 14.01.2020).

26. Стецюк П.А., Корнійчук Г.В. Теоретичні та практичні аспекти організації планування фінансового потенціалу підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 4. С. 12–18. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/естебі_2017_4_4 (дата звернення: 14.01.2020).

27. Толпежников Р.О. Сутність та методика оцінювання фінансового потенціалу підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 2. Т. 1. С. 277–282. URL : <http://tpa.pstu.edu/article/viewFile/24173/21701> (дата звернення: 15.01.2020).

REFERENCES:

1. Bielinska O.V. (2012) Sutnist finansovogo potentsialu pidpriemstva [The essence of the financial potential of the enterprise]. *Ekonomichni nauky. Visnyk Khmelnytskogo natsionalnogo universytetu* [Economic sciences. Bulletin of Khmelnytsky National University] (electronic journal). vol. 4, no. 3, pp. 267-271. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2012_4_3/267-271.pdf (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

2. Blashchak B.Ya. (2019) Finansovyi potentsial u strukturi potentsialu pidpriemstva [Financial potential in the structure of enterprise potential]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia* [Scientific notes of TNU Vernadsky. Series: Economics and Management] (electronic journal). vol. 3, no. 30 (69), pp. 74-78. Available at: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/14.pdf (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

3. Bova V.A., Khryniuk O.S. (2017) Sutnist finansovoho potentsialu pidpriemstva [The essence of the financial potential of the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia : zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh* [Topical problems of economics and management: a collection of scientific works of young scientists] (electronic journal). vol. 11. Available at: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22586> (in Ukrainian) (accessed 12 January 2020).

4. Vytvytska U.Ya., Shtym Yu.V. (2018) Reitynhova otsinka finansovoho potentsialu pidpriemstva [Rating of financial potential of the enterprise]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriya Ekonomichni nauky* [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences] (electronic journal). vol. 30, no. 4, pp. 70-74. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_30/4/19.pdf (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

5. Hrynko T.V., Smyrnov S.O. (2014) Metodichni pidkhody do otsinky finansovo-investytsiinoho potentsialu promysloвого pidpriemstva [Methodical approaches to the estimation of financial and investment potential of an industrial enterprise]. *Efektivna ekonomika* [An efficient economy] (electronic journal). vol. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4929> (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

6. Hromova A.Ye. (2017) Finansovyi potentsial yak osnova formuvannia prybutku pidpriemstva [Financial potential as a basis of formation of profit of the enterprise] *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure] (electronic journal). vol. 5, pp. 75-78. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/5_2017_ukr/16.pdf (in Ukrainian) (accessed 12 January 2020).

7. Hudz O.Ye. (2015) Diahnostyka ta upravlinnia finansovym potentsialom pidpriemstva [Diagnosis and management of financial potential of the enterprise]. *Oblik i finansy* [Accounting and Finance] (electronic journal). vol. 1 (67), pp. 71-76. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2015_1_12 (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

8. Dziubenko O.M. (2017) Pidkhody do definitsii poniattia "finansovyi potentsial" yak ob'ektu ekonomichnoho analizu [Approaches to the definition of the term "financial potential" as an object of economic analysis]. *Visnyk ZhDTU* [ZhSTU Bulletin] (electronic journal). vol. 4 (82), pp. 18-24. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2017_4_6 (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

9. Korniiuchuk H.V. (2017) Strukturni komponenty finansovoho potentsialu ahroformuvan [Structural components of the financial potential of agricultural companies]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhgorod National University] (electronic journal). vol. 11, pp. 73-77. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/13819> (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

10. Kostyrko L.A., Sereda E.A. (2018) Kompleksnyy analiz finansovogo potentsiala predpriyatii [Comprehensive analysis of financial potential of enterprises]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli* [Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade] (electronic journal). vol. 1 (86), pp. 68-79. Available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/482227.pdf> (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

11. Krot L.M., Hryhoryk N.Yu. (2018) Osnovni aspekty pidvyshchennia finansovoho potentsialu banku [The main aspects of increasing the financial potential of the bank]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure] (electronic journal). vol. 16, pp. 187-192. Available at: http://market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/33.pdf (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

12. Kuzenko T.B., Sablina N.V. (2015) Metodichni pidkhody do upravlinnia finansovym potentsialom pidpriemstva [Methodical approaches to managing the financial potential of the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Current problems of the economy] (electronic journal). vol. 4 (166), pp. 123-130. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_4_16 (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

13. Kulish H.P., Chepka V.V. (2017) Finansovyi potentsial pidpriemstva ta yoho rol v umovakh nestabilnosti ekonomiky [Financial potential of the enterprise and its role in conditions of economic instability]. *Statystyka Ukrainy* [Statistics of Ukraine] (electronic journal). vol. 1, pp. 29-35. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/su_2017_1_6 (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

14. Kurinna O.V. (2014) Teoretychni aspekty upravlinnia finansovym potentsialom pidpriemstv [Theoretical aspects of management of financial potential of enterprises]

retical aspects of managing the financial potential of enterprises]. *Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia. Seriya: Ekonomika* [Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration. Series: Economics] (electronic journal). vol. 1, pp. 161-171. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2014_1_18 (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

15. Kucher H.V. (2014) Finansovyi potentsial ekonomichnoho rozvytku: teoretychnyi aspekt [Financial potential of economic development: theoretical aspect]. *Finansy ta bankivska sprava. Visnyk KNTEU* [Finance and banking. KNTEU Bulletin] (electronic journal). vol. 4, pp. 92-105. Available at: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2014/04/9.pdf> (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

16. Kucher H.V. (2014) Finansovyi potentsial yak ekonomichna katehoriia [Financial potential as an economic category]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Current problems of the economy] (electronic journal). vol. 9, pp. 46-52. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_9_6 (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

17. Levchenko N.M. (2012) Finansovyi potentsial pidpriemstva: sutnist ta pidkhody do diahnostyky [Financial potential of the enterprise: essence and approaches to diagnostics]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investment: practice and experience] (electronic journal). vol. 2, pp. 114-117. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2012/32.pdf (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

18. Liakhovych L.A. (2018) Finansovyi potentsial pidpriemstva: sutnist ta upravlinnia [Financial potential of the enterprise: essence and management]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure] (electronic journal). vol. 22, pp. 92-98. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/22_2018_ukr/17.pdf (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

19. Marshuk L.M. (2016) Pryntsyipy formuvannia finansovo-resursnoho potentsialu pidpriemstva [Principles of formation of financial and resource potential of the enterprise]. *Visnyk KhDU. Seriya "Ekonomichni nauky"* [KSU Bulletin. Economic Sciences Series] (electronic journal). Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_18/2/15.pdf (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

20. Mitsenko N.H., Mudryi M.R. (2012) Metodichni pidkhody do otsiniuvannia finansovoho potentsialu pidpriemstva [Methodical approaches to assessing the financial potential of an enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine] (electronic journal). vol. 22.7, pp. 213-219. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodichni-pidhodi-do-otsinyuvannya-finansovogo-potentsialu-pidpriemstva/viewer> (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

21. Partyn H.O., Zaderetska R.I., Hratiian O.V. (2016) Formuvannia finansovoho potentsialu pidpriemstva [Formation of financial potential of the enterprise]. *Efektivna ekonomika* [An efficient

economy] (electronic journal). vol. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4754> (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

22. Rzaiev H.I., Zhovtivska O.V. (2014) Finansovyi potentsial pidpriemstva ta napriamy yoho otsinky [Financial potential of the enterprise and directions of its evaluation]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriya : Ekonomika* [Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics] (electronic journal). vol. 2 (4), no. 19, pp. 49-55. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_ekon_2014_19_2%284%29_11 (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

23. Hlushchenko V.V. and other (2013) *Rozvytok finansovoho potentsialu subiektiv hospodariuvannia yak osnova dosiahnennia finansovo-ekonomichnoi bezpeky* [Developing the financial capacity of business entities as a basis for achieving financial and economic security]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 384 p. Available at: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12905> (in Ukrainian) (accessed 13 January 2020).

24. Saukh I.V. (2015) Finansovyi potentsial pidpriemstva: pryntsyipy ta osoblyvosti yoho formuvannia [Financial potential of the enterprise: principles and features of its formation]. *BiznesInform* [BusinessInform] (electronic journal). vol. 1. Available at: http://www.businessinform.net/annotated-catalogue/?year=&abstract=2015_01_0=ua&stqa=40 (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

25. Saukh I.V. (2017) Finansovyi potentsial pidpriemstva yak ob'ekt stratezhichnoho analizu [The financial potential of the enterprise as an object of strategic analysis]. *Ekonomichni chasopysy Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky* [Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University] (electronic journal). vol. 1, pp. 132-140. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ech-cenu_2017_1_20 (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

26. Stetsiuk P.A., Korniiichuk H.V. (2017) Teoretychni ta praktychni aspekty orhanizatsii planuvannia finansovoho potentsialu pidpriemstv [Theoretical and practical aspects of planning the financial potential of enterprises]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes* [Economy. Management. Business] (electronic journal). vol. 4, pp. 12-18. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2017_4_4 (in Ukrainian) (accessed 14 January 2020).

27. Tolpiezhnikov R.O. (2013) Sutnist ta metodyka otsiniuvannia finansovoho potentsialu pidpriemstva [The essence and method of assessing the financial potential of the enterprise]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti* [Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property] (electronic journal). vol. 2, no. 1, pp. 277-282. Available at: <http://tpa.pstu.edu/article/viewFile/24173/21701> (in Ukrainian) (accessed 15 January 2020).

ІНСТРУМЕНТИ МАКРОПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

MACROPRUDENTIAL POLICY INSTRUMENTS AND THEIR USE IN UKRAINE

Досліджено інструменти макропруденційної політики та їх використання в Україні. Емпіричні результати діяльності банківських систем свідчать про те, що в державах, де макропруденційна політика спрямована на жорсткість умов кредитування для стримування надмірного зростання кредитів і пом'якшення фінансових ризиків для економіки, простежується тенденція до більш високого і стійкого зростання. Проведено аналіз визначення та класифікації інструментів макропруденційної політики, рекомендованих міжнародними фінансовими організаціями та інститутами. Визначено набір інструментів, використовуваних в Україні, та проаналізовано ступінь застосування й ефективність кожного з них. За результатами дослідження сформульовано висновки та рекомендовано прискорити впровадження інструментів макропруденційного регулювання, визначених у рамках Базеля III, приділяючи особливу увагу інструментам, що вже є в регулятивному арсеналі НБУ.

Ключові слова: фінансова стабільність, макропруденційна політика, макропруденційні інструменти, системний ризик, регулятивний капітал, стрес-тестування, проциклічність.

Исследованы инструменты макропруденциальной политики и их использо-

вание в Украине. Эмпирические результаты деятельности банковских систем свидетельствуют о том, что в государствах, где макропруденциальная политика направлена на ужесточение условий кредитования для сдерживания чрезмерного роста кредитов и смягчения финансовых рисков для экономики, прослеживается тенденция к более высокому и устойчивому росту. Проведен анализ определения и классификации инструментов макропруденциальной политики, рекомендованных международными финансовыми организациями и институтами. Определен набор инструментов, используемых в Украине, и проанализированы степень применения и эффективность каждого из них. По результатам исследования сформулированы выводы, и рекомендовано ускорить внедрение инструментов макропруденциального регулирования, определенных в рамках Базеля III, уделяя особое внимание инструментам, что уже есть в регулятивном арсенале НБУ.

Ключевые слова: финансовая стабильность, макропруденциальная политика, макропруденциальные инструменты, системный риск, регулятивный капитал, стресс-тестирование, проциклічність.

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-53>

Антонюк О.І.

аспірантка кафедри банківської справи
Одеський національний економічний
університет

Antonyuk Olena

Odessa National Economic University

The article investigates macroprudential regulation tools and their use in Ukraine. The macroprudential policy has been in the focus of scientific discussions for several years. The vast majority of debates come down to the fact that one cannot deny its effectiveness in ensuring stability of the financial system and preventing and minimizing systemic risk. The paper finds that the empirical results of banking systems indicate that countries in which macro-prudential policies are aimed at tightening lending conditions have a tendency for higher and more sustainable growth. The impact on economic growth is manifested through the channel of acceptance of systemic risk. Macroprudential policy is a set of deliberate actions to eliminate or limit systemic risks in order to prevent or reduce crises; weakening the pro-cyclicality of the financial system and limiting the financial system's endogenous tendency to accumulate imbalances and ensure its financial stability. The key objective of post-crisis approaches to macroprudential policy is to reduce the risk-weighted excess of volatility of assets. The article identifies that Basel III requirements are a guide for national regulators on the application of macroprudential policy instruments. The author analyzes the definition and classification of the tools recommended by international financial organizations and institutions with respect to their groups and the directions of action. Macroprudential instruments are classified in terms of capital regulation, liquidity and asset management. Because of the analysis, the author's classification of the tools according to the nature and use of the appropriate direction of macroprudential policy is offered. It is proposed to focus on the use of regulatory tools as most effective from a practical point of view in the policy implementation. In addition, the author defines a set of the tools used in Ukraine and analyzes the degree of application and effectiveness of each of them. The research based conclusions and proposals are aimed at facilitating the use of macroprudential policy tools, identified as part of Basel III, with an emphasis on the tools that the NBU regulatory arsenal already has.

Key words: financial stability, macroprudential policy, macroprudential instruments, systemic risk, regulatory capital, stress testing, pro-cyclicality.

Постановка проблеми. Фінансова криза, яка набула глобального характеру, посилила увагу до подолання системної нестабільності й зумовила пошук нових підходів до раннього виявлення та обмеження впливу системних ризиків на економіку. Емпіричні результати діяльності банківських систем свідчать про те, що в державах, де макропруденційна політика спрямована на жорсткість умов кредитування для стримування надмірного зростання кредитів і пом'якшення фінансових ризиків для економіки, простежується тенденція до більш високого і стійкого зростання. Водночас фінансова відкритість призводить до ослаблення цього позитивного ефекту, тому що вона забезпечує більшу можливість для внутрішніх фінансових установ та нефінансових агентів економічної

діяльності запозичувати за кордоном і ізолювати себе від викликаних політикою змін в умовах внутрішнього фінансового ринку.

Вплив на економічне зростання виявляється через канал прийняття системного ризику. Фінансовий сектор становить основу кредитного та економічного циклів, надаючи тим самим вплив на результативність грошово-кредитної політики й економічне зростання. Необхідність підтримки фінансової стабільності актуалізує питання уточнення її змісту, основних завдань і формування набору макропруденційних інструментів відповідно до рекомендацій Групи двадцяти (G20), Групи тридцяти (G30), Міжнародного валютного фонду (МВФ), Базельського комітету з питань банківського нагляду, Європейського

центрального банку та Європейської ради із системних ризиків [1, с. 54].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням щодо формування набору макропруденційних інструментів присвячено наукові праці учених С. Науменкової [1], В. Міщенко [2], Л. Жердецької [3], В. Коваленко [4], В. Козюка [5], О. Полікарпової [6] та багатьох інших. Проте, незважаючи на постійну увагу до проблем забезпечення фінансової стабільності в Україні та вдосконалення банківського нагляду з боку вітчизняних науковців, у реаліях вітчизняної практики макропруденційні інструменти не повною мірою можуть бути використані в нашій країні, оскільки для її фінансової системи характерна висока уразливість до ризиків.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення досвіду використання інструментів макропруденційної політики за кордоном та в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Основною відмінністю нових підходів є зміщення акценту з мікро- на макрорівень. Реалізація стратегії макропруденційної політики дає змогу сформулювати комплексне бачення фінансової системи, яке здатне забезпечити ефективні підходи до регулювання.

Макропруденційна політика – це комплекс цілеспрямованих дій на усунення чи обмеження системних ризиків, щоб запобігти кризам або зменшити втрати від них; послаблення циклічності фінансової системи й обмеження ендогенної схильності фінансової системи до нагромадження дисбалансів та забезпечення її фінансової стабільності.

Мету макропруденційної політики можна поділити на два напрями. По-перше, це перевірка розвитку ризиків, які можуть мати системний характер та, своєю чергою, впливати на фінансову систему країни; по-друге, зміцнення платоспроможності фінансових інститутів та елементів фінансової системи переважно за рахунок формування капітальних буферів, що забезпечує їх захист у разі виникнення системного ризику [2, с. 36].

Ключовим завданням післякризових підходів до макропруденційної політики є зменшення надмірної мінливості активів [7], зважених з урахуванням ризику RWA, – це сумарні активи банку, зважені за рівнем кредитного ризику відповідно до формули, яка визначається регулятором (зазвичай центральним банком), тобто вартість активів, розрахована шляхом їх угруповання в кілька класів, які відповідають різним оцінним рівням ризику, і множення вартості активів із кожного класу на коефіцієнт, що відображає рівень ризику.

Зміни у нормативній базі під час розрахунку RWA повинні допомагати відновлювати довіру нефінансових корпорацій шляхом підвищення їх

надійності та чутливості до ризику; обмеженого використання внутрішніх моделей оцінки ризиків; доповнення коефіцієнта, зваженого за ризиком капіталу, коефіцієнтом левериджу, тобто співвідношення позикових і власних коштів.

Слід звернути увагу на завдання, які повинні виконуватися у процесі реалізації інструментів макропруденційної політики, а саме:

Підтримання стійкості фінансової системи по відношенню до різних шоків, яке забезпечується за рахунок створення контрциклічних буферів капіталу.

Стимування зростання системних ризиків за рахунок зниження проциклічного впливу цін на кредитні ресурси і активи.

Моніторинг структурних факторів уразливості фінансової системи, які утворюються за рахунок взаємозв'язку фінансових інституцій, їх схильності до ризиків, а також зростаючої ролі системно значимих банків [8]. При цьому стандарт Базеля III за капіталом та ліквідністю для глобальних системно значимих банків (G-SIB) зазвичай переноситься в правила національних регуляторів.

Слід відзначити, що вимоги стандарту Базеля III є керівництвом для національних регуляторів щодо застосування інструментів макропруденційної політики. При цьому перехідні домовленості стосуються мінімальних вимог та строків виконання. Національні регулятори мають право на прийняття більш жорстких стандартів, ніж базельські мінімуми, та впровадження базельських стандартів до встановлення строків. Основні положення Базеля III були завершені наприкінці 2017 р. Сьогодні діють перехідні домовленості Базеля III до 2027 р. (табл. 1).

У грудні 2019 р. Базельський комітет із банківського нагляду опублікував звіти 27 країн про реалізацію ними базельських стандартів за капіталом і ліквідністю, вимог до системно значимих банків (SIBs), позначивши, що залишаються не вирішеними проблеми своєчасного прийняття стандартів (табл. 2).

Таким чином, як уже було зазначено вище, сформовані для виконання вимог Базельського комітету з банківського нагляду та реалізації стратегії макропруденційної політики. У світовій практиці застосовується кілька варіантів переліку та класифікації інструментів макропруденційної політики. При цьому проведені дослідження засвідчили, що більш прийнятною та змістовною для України є класифікація макропруденційних інструментів Ради з фінансової стабільності, МВФ і Банку міжнародних розрахунків (БМР) [2, с. 36] (табл. 3).

Міжнародні організації визначили набір заходів та інструментів, які можуть бути застосовані для досягнення ефективності макропруденційної політики, а саме:

Таблиця 1

Перехідні домовленості Базеля III, 2017–2027 рр.

Покриття ризиків	Статус перехідного режиму	Третя фаза Базеля III
Капітал	Усі мінімальні вимоги були повністю поетапно виконані до 2019 р. щодо контрциклічних вимог до капіталу, обмеження левериджу, динамічного підходу до резервування. Капітальні інструменти, які більше не кваліфікуються як непрофільний капітал першого рівня або другого рівня, були припинені з 2013 р. Остаточна реалізація вимог – у 2021 р.	Початкова фаза Початкова фаза
Активи з урахуванням ризику	Реалізація капітальних вимог до інвестицій у фонди та експозицію до центральних контрагентів, стандартизований підхід до кредитного ризику контрагента, переглянуто структуру сек'юритизації та ризик процентних ставок у банківській книзі та межі великих експозицій, які стали повністю ефективними. Переглянуто стандартизований підхід до кредитного ризику та переглянуто системи IRB, CVA щодо операційного та ринкового ризиків, які набудуть чинності у 2022 р. Показник буде поступово введений у 2022 р. починаючи з 50%, і він збільшуватиметься щороку на п'ять відсоткових пунктів до 2026 р., остаточний рівень – 72,5%, досягнутий у 2027 р.	Початкова фаза Заклучна фаза
Ліквідність	Коефіцієнт чистого стабільного фондування та коефіцієнт покриття ліквідності повністю реалізовано у 2018 та 2019 рр.	Початкова фаза
Леверидж	Початкове введення експозиції набуло чинності у 2018 р. Переглянуте визначення експозиції та буфер G-SIB набудуть повноцінної дії у 2022 р.	Заклучна фаза Початкова фаза

Джерело: складено автором за матеріалами [9]

Таблиця 2

Виконання стандартів Базеля III окремими країнами світу

Країна	Капітал заснований на ризику	Коефіцієнт покриття ліквідності (LCR)	Вимоги до SIBs	Коефіцієнт чистого стабільного фондування (NSFR)	Контроль великих ризиків (LEx)
Китай	в/є, вересень 2013	в/є, липень 2017	в/є, червень 2016	о/п (H2 2022)	о/п (H2 2022)
Європейський Союз	не в/є, грудень 2014	в з/ст. в/є, червень 2017	в/є, червень 2016	о/п (H2 2020)	о/п (H2 2020)
Індія	в/є, червень 2015	в з/ст. в/є, червень 2015	-	о/п (H1 2020)	о/п (H1 2020)
Японія	в/є, жовтень 2012/грудень 2016	в/є, грудень 2016	в/є, червень 2016	о/п (H2 2020)	о/п (H2 2020)
Саудівська Аварія	в/є, вересень 2015	в з/ст. в/є, вересень 2015	-	в/є, вересень 2018	в/є, вересень 2018
Сінгапур	в/є, березень 2013	в/є, вересень 2018	-	о/п (H1 2020)	о/п (H1 2020)
Південна Африка	в/є, червень 2015	в/є, червень 2015	-	о/п (H1 2021)	о/п (H1 2021)
США	в з/ст. в/є, грудень 2014	в/є, жовтень 2017	в/є, червень 2016	о/п (H2 2020)	о/п (H2 2020)

Примітка: в/є – відповідає; о/п – очікувана публікація документу; з/ст. в/є – у значному ступені відповідає; H1 – норматив достатності капіталу; H2 – норматив миттєвої ліквідності.

Джерело: складено автором за матеріалами [10]

Адміністративні заходи, що регулюють темпи зростання кредитування, наприклад установлення верхньої межі для коефіцієнта кредитного забезпечення (співвідношення основної суми кредиту та ринкової чи оціночної вартості застави); визначення верхньої межі для коефіцієнта боргового навантаження (співвідношення суми боргу й

сукупного доходу); встановлення лімітів кредитування в іноземній валюті; обмеження на концентрацію кредитного ризику.

Загальні інструменти, які впливають на резерв і капітал: контрциклічний буфер капіталу, динамічний коефіцієнт фінансового важеля, динамічні резерви.

Класифікація макропруденційних інструментів Радою з фінансової стабільності, МВФ і БМР

Напрямок дії	Вид
Кредитування	Нормативи достатності капіталу. Динамічні норми резервування на можливі втрати від надання кредитів. Обмеження обсягу і темпів зростання кредитування. Граничне співвідношення кредиту і вартості застави (Loan-to-Value ratio). Граничне співвідношення виплат за кредитом і доходу позичальника (Debt service-to-Income ratio). Ліміти на маржу
Системний ризик	Обмеження щодо невідповідності строків погашення пасивів та активів. Обмеження на кредитування в іноземній валюті. Обмеження на відкриті валютні позиції. Обмеження нецільового фінансування
Вразливість фінансової системи	Додаткові вимоги до капіталу з урахуванням системної важливості банків. Політика відкритості даних

Джерело: складено автором за матеріалами [2, с. 38]

Інструменти, що впливають на певний сектор фінансового ринку: обмеження вкладень у певні галузі; особливі вимоги, що висувуються до капіталу.

Інструменти, що впливають на ліквідність і валютний ризик: показник чистого стабільного фондування; ліміт на відкриття валютних позицій; інструменти, спрямовані на поповнення високоліквідних активів.

Інструменти, що впливають на структурні ризики: додаткові норми за системну значимість, які можуть висуватися як до капіталу, так і до ліквідності даних інститутів; заходи, що забезпечують контроль взаємозв'язків у межах фондування і на ринках похідних фінансових інструментів.

Інструменти, які мають пряме обмеження для споживачів фінансових послуг: інструменти, що обмежують зовнішній борг нефінансових корпорацій; податок на фізичних осіб в угодах із нерухомістю.

С. Науменкова та В. Міщенко пропонують використання макропруденційних інструментів на основі застосування змінного й постійного підходів, що зумовлює їх поділ на інструменти зі змінними та фіксованими характеристиками.

Макропруденційні інструменти зі змінними характеристиками – це інструменти, коригування яких здійснюється (автоматично чи органом нагляду) відповідно до значень макропруденційних індикаторів, котрі коливаються впродовж економічного циклу. Цей підхід застосовується, наприклад, під час використання контрциклічного буфера капіталу або динамічного формування резервів. Макропруденційні інструменти зі змінними параметрами дають змогу обмежити проциклічні тенденції та ланцюгові ризики, що зростають протягом економічного циклу [1, с. 60].

Макропруденційні інструменти з фіксованими характеристиками – це інструменти, значення яких не змінюються залежно від стадій економічного циклу (наприклад, коефіцієнт левериджу,

вагові коефіцієнти ризику, стандарти ліцензування чи корпоративного управління) [1, с. 61].

Виходячи з представлених класифікацій інструментів макропруденційної політики, можна зробити висновок, що їх застосування спрямоване у цілому на досягнення однієї узагальненої мети – забезпечення фінансової стабільності в цілях створення стимулів для економічного зростання.

В Україні інструменти макропруденційної політики застосовуються Національним банком України в межах розробленої у 2018 р. «Стратегії макропруденційної політики» та визначених у проміжних цілях макропруденційної політики (табл. 4).

В. Козюк відзначив, що застосування макропруденційних інструментів передбачає, що одні з них діють на постійній основі, а окремі з них – залежно від розгортання фінансового циклу [5, с. 191]. Дослідник також оцінив ефективність застосування макропруденційних інструментів залежно від загального та сировинного аспектів. Виокремив передумови для використання макропруденційних інструментів, а саме: характер економіки і рівень фінансового розвитку країни; кількісні обмеження, які притаманні макропруденційним інструментам, ефективні до часу вступу дії ефекту заміщення; врахування фактору відносної ефективності макропруденційних інструментів; важливість урахування валютного курсу у підтримці фінансової стабільності; врахування фактору сировинної залежності країни під час проведення макропруденційної політики; з'ясування питання щодо системної вразливості, яка викликана непрозорою діяльністю олігархічного банкінгу, кредитуванням пов'язаних осіб та офшорингом.

Слід відзначити, що центральні банки відіграють важливу роль у зменшенні системних ризиків. Ефективне пом'якшення системного ризику вимагає від фінансової системи, зокрема від центральних банків, добре розвинутої аналітичної методології моніторингу системного ризику. Механізм моніторингу систем раннього попередження криз

Таблиця 4

Інструменти макропруденційної політики в Україні

Інструменти	Характеристика
Інструменти капіталу	
Буфер консервації капіталу (capital conservation buffer)	Формується в нестресовий період для покриття збитків та недопущення порушення мінімальних вимог до достатності капіталу в майбутньому. Активація передбачена у 2020 р., буфер становитиме 0,625% з поетапним збільшенням до 2,5% до початку 2023 р.
Контрциклічний буфер (countercyclical capital buffer)	Активується у період кредитної експансії, знижується або деактивується в періоди економічного спаду. Знижує проциклічність фінансової системи. Залежно від фази економічного циклу може коливатися від 0% до 2.5%.
Буфер системної важливості (buffer for systemically important banks)	Посилює стійкість системно важливих установ. Установлюється залежно від категорії системної важливості банку від 1% до 2%.
Буфер системного ризику (systemic risk buffer)	Зниження вразливості до довготермінових структурних (нециклічних) системних ризиків. Цей буфер сьогодні не передбачений нормами НБУ.
Коефіцієнт левериджу (leverage ratio)	Мінімальне відношення капіталу першого рівня до всіх активів (балансових та позабалансових), незважених на ризик. Планується запровадження у майбутньому, мінімальний рівень не визначено.
Додаткові ваги ризику для окремих типів кредитів	Збільшення обсягу капіталу на покриття можливих збитків за окремими типами кредитів. Потенційно може застосовуватися до валютних кредитів у майбутньому
Інструменти ліквідності	
Коефіцієнт покриття ліквідністю (liquidity coverage ratio, LCR)	Визначає, скільки високоякісних ліквідних активів має утримувати банк, щоб покрити чисті відтоки коштів протягом 30 днів у кризовий період. Запроваджено у грудні 2018 р.
Коефіцієнт чистого стабільного фінансування (net stable funding ratio, NSFR)	Визначає мінімальну частку стабільного (довгострокового) фондування залежно від ліквідності та залишкової строковості активів. Спонукає банки переорієнтуватися на довгострокові джерела фінансування. Запровадження планується у 2020 р.
Інші інструменти	
Граничне співвідношення розміру кредиту та вартості забезпечення (loan-to-value ratio, LTV)	Обмежує максимальний розмір кредиту домогосподарствам залежно від вартості забезпечення. Найчастіше застосовується до іпотечних кредитів, запобігає виникненню бульбашок на ринку нерухомості. Використання як жорсткого обмеження у найближчі роки малоімовірно, проте можливе оприлюднення рекомендацій банкам.
Граничне співвідношення суми обслуговування боргу та доходу позичальника (debt-service-toincome ratio, DSTI) або загальної суми кредиту та доходу (debt-toincome ratio, DTI).	Обмежують максимальну суму кредиту, який може отримати домогосподарство залежно від рівня його доходів. Запобігають надмірному зростанню кредитування та заборгованості домогосподарств. Використання як жорсткого обмеження у найближчі роки малоімовірно, проте можливе оприлюднення рекомендацій банкам.
Підвищені вимоги до розкриття інформації	Інструмент збільшує поінформованість громадськості про діяльність фінансових установ, підвищуючи стійкість фінансової системи.

Джерело: складено автором за матеріалами [4, с. 328]

(переважно макроекономічних, на базі випереджальних індикаторів) і оцінок банківського сектору за різними економетричними моделями, а також їх використання залежить від умов функціонування фінансового ринку та фаз економічного циклу [6, с. 331]. Тому за доцільне є оцінювання ефективності використання макропруденційних інструментів із позицій розміру витрат на застосування таких інструментів, а також із побічними ефектами та наслідками (рис. 1).

У 2019 р. Національним банком України було проведено стрес-тестування 29 банків, на які припадає загалом понад 90% активів банківської системи. Було зроблено середньозважені оцінки нормативу достатності основного капіталу банків за результатами стрес-тестування [12]. У середньому

достатність основного капіталу за базового сценарію для всіх банків, що проходили стрес-тестування, зростає у прогнозованому періоді майже на 10 в. п., до 19,8%. Більшість проаналізованих банків залишається достатньо прибутковою, а рівень їхнього капіталу зростає. Попри це, 11 банків потребували збільшення капіталу для досягнення мінімально необхідного рівня достатності за базовим сценарієм. За несприятливого сценарію капітал 18 банків опускається нижче граничного рівня, який для нормативу достатності основного капіталу становив усього 3,5%, регулятивного – 5%. Загальний кумулятивний вплив гіпотетичної кризи на основний капітал сягає майже 7,5 в. п. нормативу достатності – цей показник знижується до 2,4% у трирічному прогнозованому періоді.

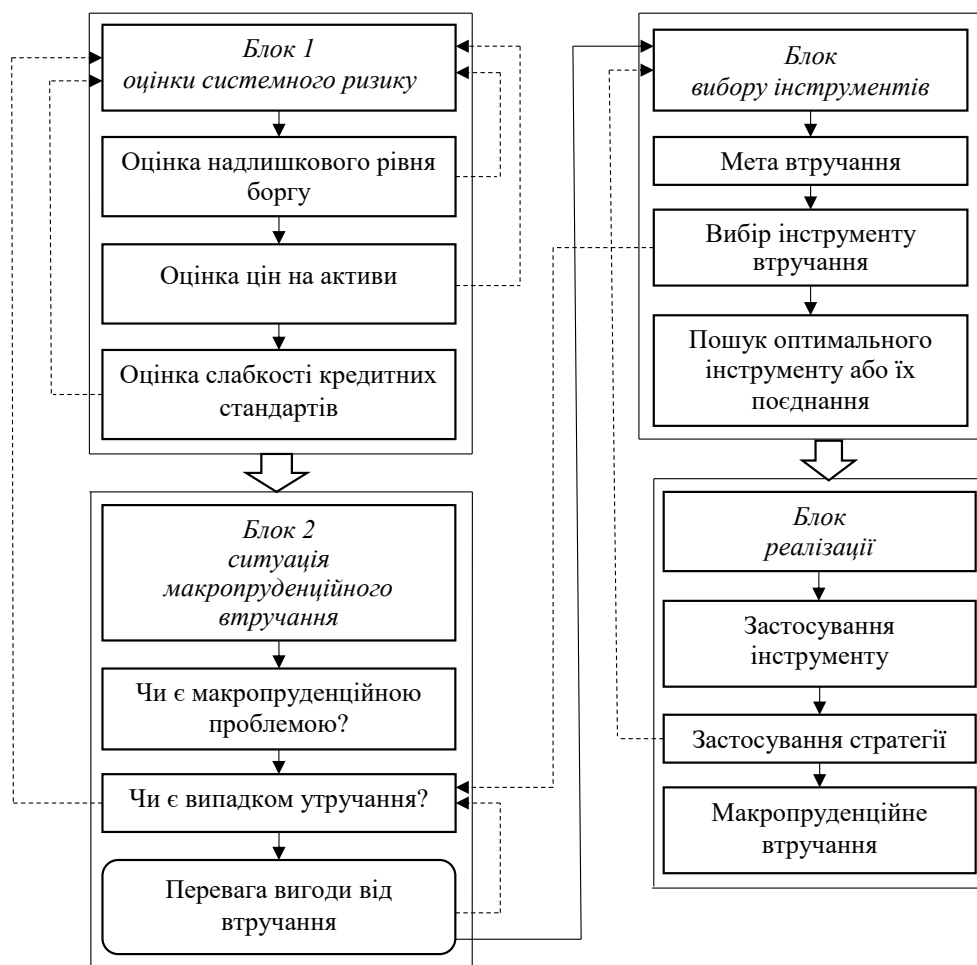


Рис. 1. Послідовність дій у прийнятті рішень щодо макропруденційного втручання

Джерело: складено автором за матеріалами [11]

Найгірші результати як за базового, так і за несприятливого сценарію продемонстрували російські банки. Це пов'язано із їхнім поступовим згортанням, відсутністю якісних активів та достатніх доходів від основної діяльності. Погіршилися результати стрес-тестування державних АТ «Ощадбанк» та АТ «Укрексімбанк». Перш за все, через амортизацію застави за старими непрацюючими кредитами. Дев'ять банків удруге успішно проходять стрес-тестування. Більшість із них – іноземні, а також державні ПАТ КБ «Приватбанк» та АТ «Укргазбанк». Серед банків, що у 2018 р. потребували капіталу, у 2019 не виявлено його нестачі для ПАТ «ПУМБ» та ПАТ «Альфа-Банк». Висновки з проведеного дослідження. У вітчизняній практиці застосовуються переважно банківські пруденційні інструменти, що обмежує сферу комплексного моніторингу за джерелами й каналами поширення системних ризиків. Макро стрес-тести та аналіз банківських балансів залишаються основними інструментами моніторингу таких ризиків у банківському секторі України, котрий характеризується високою системною уразливістю. Для повнішого

врахування циклічних тенденцій у економіці доцільно розширити використання макропруденційних інструментів зі змінними параметрами.

У 2019 р. прийнято низку конструктивних рішень для згладжування дисбалансів у фінансовій системі, зокрема: змінено архітектуру регулювання небанківського фінансового сектору, впроваджено нові механізми захисту прав та інтересів споживачів фінансових послуг; удосконалено підходи до врегулювання заборгованості за непрацюючими активами; удосконалено національне законодавство у сфері фінансового моніторингу; продовжено валютну лібералізацію; змінено підходи до оцінки кредитного ризику за цінними паперами; пом'якшено графік збільшення мінімального розміру капіталу; спрощено умови роботи банків із малим бізнесом; спрощено порядок видачі небанківськими установами ліцензії на переказ коштів; змінено вимоги до обов'язкових резервів банків. Уважається, що зазначені заходи будуть сприяти подальшій стабілізації на фінансовому ринку та досягненню проміжних цілей макропруденційної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Науменкова С., Міщенко В. Макропруденційні інструменти в механізмі забезпечення фінансової стабільності. *Фінанси України*. 2015. № 10. С. 53–76.
2. Міщенко В.І., Бауман О.С. Система інструментів макропруденційного регулювання та їх використання в Україні. *Наукові праці НДФІ*. 2016. № 4(77). С. 34–45.
3. Жердецька Л.В. Макропруденційна політика: світовий досвід та українська практика. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2016. Вип. 1(60). С. 239–246.
4. Коваленко В.В., Радова Н.В. Моніторинг фінансової стабільності банківської системи України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 2(19). С. 321–330.
5. Козюк В. Поширення макропруденційного регулювання та орієнтири макропруденційної політики НБУ. *Журнал Європейської економіки*. 2018. Т. 17. № 2(65). С. 185–207.
6. Полікарпова О. Макропруденційна політика: мета, інструменти та можливості для України. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 5(179). С. 327–335.
7. Williamson S.D. Low real interest rates, collateral misrepresentation, and monetary policy. *American Economic Journal: Macroeconomics*. 2018. № 10(4), P. 202–233. DOI : 10.1257/mac.20150035.
8. Aikman D., Andrew G., Haldane Benjamin D. Nelson. Curbing the credit cycle. *The Economic Journal*. 2013. № 125(585). P. 1072–1109. DOI : 10.1111/eoj.12113.
9. Implementation of Basel III – Executive Summary Transitional arrangements and the RCAP process. *Financial Stability Institute*. URL : https://www.bis.org/fsi/summaries/imp_basel3.pdf (дата звернення: 19.01.2020).
10. Seventeenth progress report on adoption of the Basel regulatory framework. *Basel Committee on Banking Supervision*. October, 2019. URL : <https://www.bis.org/bcb/publ/d478.pdf> (дата звернення: 19.01.2020).
11. Стратегія макропруденційної політики. 2018 р. URL : <https://bank.gov.ua/files/zgNZlvZgKdapdeO> (дата звернення: 12.01.2020).
12. Стрес-тестування банків у 2019 році / Національний банк України. URL : <https://bank.gov.ua/files/oALUrXBwHLWrwmD> (дата звернення: 19.01.2020).

REFERENCES:

1. Naumenkova S., Mishchenko V. (2015). Makroprudentsiyni instrumenty v mekhanizmi zabezpechenya finansovoyi stabil'nosti [Macroprudential tools in the mechanism of ensuring financial stability]. *Finansy Ukrainy – Finance of Ukraine*, no. 10, pp. 53-76.

2. Mishchenko V.I., Bauman O.S. (2016) Systema instrumentiv makroprudentsinoho rehulyuvannya ta yikh vykorystannya v Ukraini [System of macroprudential regulation tools and their use in Ukraine]. *Naukovi pratsi NDFI – Scientific research works of the Institute*, no. 4 (77), pp. 34-45.

3. Zherdetska L.V. (2016) Makroprudentsiyna polityka: svitovyy dosvid ta ukrayins'ka praktyka [Macroprudential policy: world experience and Ukrainian practice]. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen' – Bulletin of socio-economic research*, vol. 1 (60), pp. 239-246.

4. Kovalenko V.V., Radova N.V. (2019) Monitorynh finansovoyi stabil'nosti bankivskoyi systemy Ukrainy [Monitoring of financial stability of the banking system of Ukraine]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya – Eastern Europe: Economy, Business and Management*, no. 2 (19), pp. 321-330.

5. Kozyuk V. (2018) Poshyrennya makroprudentsiynoho rehulyuvannya ta oriyentyry makroprudentsiynoyi polityky NBU [Dissemination of macroprudential regulation and benchmarks of NBU macroprudential policy]. *Zhurnal Yevropeys'koyi ekonomiky – Journal of the European Economy*, vol. 17, no. 2 (65), pp. 185-207.

6. Polikarpova O. Makroprudentsiyna polityka: meta, instrumenty ta mozhlyvosti dlya Ukrainy [Macroprudential policy: goals, tools and opportunities for Ukraine]. *Current problems of the economy – Current problems of the economy*, vol. 5, no. 179, pp. 327-335.

7. Williamson, Stephen D. (2018) Low real interest rates, collateral misrepresentation, and monetary policy. *American Economic Journal: Macroeconomics*, no. 10(4), pp. 202–33. DOI: 10.1257/mac.20150035.

8. Aikman D., Andrew G., & Haldane Benjamin D. Nelson. (2013) Curbing the credit cycle. *The Economic Journal*, no. 125(585), pp. 1072–1109. DOI:10.1111/eoj.12113.

9. Implementation of Basel III – Executive Summary Transitional arrangements and the RCAP process. *Financial Stability Institute*. Available at: https://www.bis.org/fsi/summaries/imp_basel3.pdf. (accessed 19 January 2020).

10. Seventeenth progress report on adoption of the Basel regulatory framework. *Basel Committee on Banking Supervision*. (October, 2019). Available at: <https://www.bis.org/bcb/publ/d478.pdf>. (accessed 19 January 2020).

11. Stratehiya makroprudentsiynoyi polityky [Macroprudential policy strategy]. 2018. Available at: <https://bank.gov.ua/files/zgNZlvZgKdapdeO>. (accessed 12 January 2020).

12. Stres-testuvannya bankiv u 2019 rotsi. Natsional'nyy bank Ukrainy [Banks' stress testing in 2019. National Bank of Ukraine]. Available at: <https://bank.gov.ua/files/oALUrXBwHLWrwmD>. (accessed 19 January 2020).

ЗМІСТОВА ПАРАДИГМА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІESSENTIAL PARADIGM AND MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT
OF BANKING INNOVATIONS IN UKRAINE

У статті розкрито сутність понять «інновація», «банківські інновації», «інжиніринг», «банківський інжиніринг» та «фінансовий інжиніринг». Досліджено етапність розвитку банківської інноваційної діяльності в Україні. Виокремлено чинники позитивного та негативного впливу на інноваційний розвиток вітчизняної банківської системи. Проаналізовано діяльність вітчизняних банківських установ щодо використання ними нових технологій, продуктів та послуг, а саме: мобільного банкінгу; Інтернет-банкінгу; «зони 24»; POS-терміналів у торговельних мережах; електронного залишку (послуги «без монет»); віртуальної картки тощо. Розглянуто роль фінансового інжинірингу у вирішенні складних проблем під час проведення фінансових операцій, розроблення варіантів інвестиційних програм, модернізації політики у сфері акціонерного капіталу банків. Окреслено перспективи, які відкриваються перед вітчизняними банками за активного використання інноваційної моделі ведення банківського бізнесу.

Ключові слова: інновація, банківська інновація, інжиніринг, фінансовий інжиніринг, інноваційний банківський продукт.

В статті раскрыта сущность понятий «инновация», «банковские инновации»,

«инжиниринг», «банковский инжиниринг» и «финансовый инжиниринг». Исследована этапность развития банковской инновационной деятельности в Украине. Выделены факторы положительного и отрицательного влияния на инновационное развитие отечественной банковской системы. Проанализирована деятельность отечественных банковских учреждений относительно использования ими новых технологий, продуктов и услуг, а именно: мобильного банкинга; Интернет-банкинга; «зоны 24»; POS-терминалов в торговых сетях; электронного остатка (услуги «без монет»); виртуальной карты и т. п. Рассмотрена роль финансового инжиниринга в решении сложных проблем при проведении финансовых операций, разработке вариантов инвестиционных программ, модернизации политики в сфере акционерного капитала банков. Определены перспективы, которые открываются перед отечественными банками при активном использовании инновационной модели ведения банковского бизнеса.

Ключевые слова: инновация, банковская инновация, инжиниринг, финансовый инжиниринг, инновационный банковский продукт.

УДК 336.71 (477)

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-54>

Квасницька Р.С.

д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Хмельницький національний
університет

Дячук Д.І.

студент
Хмельницький національний
університет

Kvasnytska Raisa

Khmelnytsky National University

Dyachuk Dmytro

Khmelnytsky National University

The article describes the essence of the concepts of "innovation", "banking innovation", "engineering", "banking engineering" and "financial engineering". During the study defined four main the stages of formation and of development of innovative activity of banks in Ukraine. Determined the factors of positive and negative influence on the innovative development of the Ukrainian banking system. It is determined, that banking innovations, on the one hand, aim to support the with stable relationship bank with clients, which based on partnerships, and, on the other hand, increase the competitiveness of banking institutions in the context of constant development of the financial market. Introduction of banking innovations allows to create unique products for clients of banks, to increase for them attractiveness and convenience of providing various banking services. Analyzed the activity of Ukrainian banking institutions on the use of new technologies, products and services, namely: mobile banking, Internet banking; "Zone 24"; POS terminals in trading networks; electronic remainder (coin-free services); virtual card and more. In a highly competitive environment, banking institutions should focus their efforts on strengthening the resource base, which, in turn, will ensure that existing customers are retained and attracted, based on the use of banking innovations, incl. financial engineering. Considered the role of financial engineering in solving complex problems in conducting financial transactions, development of investment program options, modernization of policy in the sphere of joint-stock capital of banks. Identified the prospects for Ukrainian banks to actively use the innovative model of conducting their banking business, to achieve economic, social and strategic effects, which is reflected in strengthening the bank's market position, namely, the ability to achieve economic, social and strategic effects, which is reflected in strengthening the bank's market position. It is determined, that promising areas of banking innovation are a combination of new and traditional technologies and tools, virtual banking and financial technologies.

Key words: innovation, banking innovation, engineering, financial engineering, innovative banking product.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток та поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій призводить до кардинальних змін в інформаційній сфері на глобальному рівні. Такі зміни суттєво впливають як на фінансовий ринок загалом, так і на окремі його сектори, на яких банківські установи займають чільне місце як фінансові посередники. Зауважимо, що сьогодні вітчизняні банки працюють в умовах негативного впливу політичних та економічних кризових явищ, структурних дисбалансів в економіці, інфляції та девальвації національної валюти, тому прийняття ними стратегічних рішень щодо їх капіталізації, підвищення фінансової стійкості, ліквідності та прибутковості має велике значення. Одним зі

стратегічних інструментів вирішення зазначених завдань є активізація банківської інноваційної діяльності та на її основі – підвищення ефективності банківського бізнесу, саме тому дослідження тенденцій розвитку банківських інновацій та визначення специфіки цього напрямку в діяльності вітчизняних банків є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження тематики інноваційної діяльності банків сьогодні займає чільне місце серед вивчення актуальних питань розвитку банківської сфери. Так, вивченню сутності та різновидів банківських інновацій приділяється велика в працях таких учених-економістів, як О.І. Білик, Н.П. Дребот [1], Л.Г. Гетьман [2], С.Б. Єгоричева [3],

О.В. Золотарьова [4]. Пошук нових підходів банків до вирішення фінансових проблем за допомогою фінансових інновацій, у т. ч. фінансового інжинірингу, висвітлюється у роботах В.Ю. Біляєвої [5], Я.А. Танчак [6] та ін. Однак додаткового дослідження потребують питання щодо сучасного стану інноваційної діяльності банків України та конкретизації її видів та продуктів.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності банківських інновацій та їх видів, етапів розвитку банківської інноваційної діяльності та окреслення перспектив щодо ведення банківського бізнесу під час переходу українських банків на інноваційні моделі його здійснення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банківські інновації – це результат діяльності банку, спрямований на створення нових продуктів та технологій, а також інноваційних методів управління банківською установою з метою отримання додаткових доходів та конкурентних переваг. Поняття «інновації» може бути застосовано до всіх нововведень у всіх сферах функціонування банку, що дасть змогу досягти визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (приріст клієнтської бази, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо). Тому банківська сфера не тільки не є винятком щодо її інноваційності, а й, навпаки, відзначається особливою чутливістю до запровадження чогось нового як у самих банківських установах, так і під час реалізації ними різноманітних продуктів та надання послуг. Сьогодні інновації – це не лише одне з економічних явищ, яке впливає на зростання продуктивності чинників виробництва, зростання обсягів виробництва, структурні зрушення, економічне зростання та національну конкурентоспроможність тощо. Інновації ототожнюються із розвитком і вдосконаленням усіх сфер економіки, включаючи банківську справу. Виникнення банківських інновацій зумовлене безперервним рухом підприємницької думки, прагненням обійти конкурентів, інформацією, що поступає, про банківські нововведення зарубіжних країн, а також періодично виникаючими кризами в банківській сфері (загальними або приватними), що є стимул-реакцією до посилення активності у сфері інновацій, спрямованою на підвищення фінансової стійкості банку. Інновації у банківській сфері – це кінцевий результат інноваційної діяльності банку, який отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджено в практичну діяльність [7, с. 486].

Дослідження тенденцій розвитку банківських інновацій потребує уточнення суті самого поняття «банківська інновація». Так, згідно з чинним законодавством, інновація – новостворені

(застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [8]. Банківська ж інновація має свої специфічні аспекти, які зумовлюються значною диверсифікованістю самої банківської діяльності. Як зазначають науковці О.І. Білик та Н.П. Дребот, інновації, що запроваджуються в банківському бізнес-середовищі, мають низку особливостей:

- банківські установи знаходяться під впливом системи регулювання та нагляду, що може обмежувати процес упровадження інновацій;

- значна частина банківських інновацій є рішеннями, які запозичені з інших сфер суспільного виробництва або викликані змінами у запитах клієнтів;

- головним інструментом захисту інтелектуальної власності на інноваційні об'єкти банку є не патентний захист, а ноу-хау й авторські права. І останнє: банківські інновації базуються на прикладних, а не на фундаментальних наукових дослідженнях, що значно скорочує рівень витрат на інноваційну діяльність банків [1].

Сьогодні існують різні підходи до трактування дефініції «банківські інновації». Однак, на нашу думку, найбільш чітке та комплексне уявлення про складну та багатогранну суть дається С.Б. Єгоричевою в монографії «Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти», в якій авторка обґрунтовує два підходи до визначення інновацій у банківстві: у вузькому та широкому розумінні. Так, банківські інновації у вузькому значенні даного терміна – це впровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають існуючим або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку та вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди й є результатами банківського інжинірингу [3, с. 72]. Банківські інновації у широкому розумінні С.Б. Єгоричевою характеризуються як процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників та власників банку шляхом внесення якісних змін у всі сфери його діяльності: продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань та стороннього досвіду [3, с. 74].

Банківські інновації є тим інструментарієм, який забезпечує розбудову фінансово потужної і стабільної банківської системи України, яка буде ефективно виконувати свою основну функцію оптимального перерозподілу капіталу для фінансового забезпечення прискореного розвитку економіки країни [9]. Можна стверджувати, що стрімкий розвиток цифрових технологій і банківського ринку в Україні, як і в усьому світі призвів до того,

що інноваційний процес став для банківських установ не розкішшю, а поточною необхідністю. Становлення та розвиток інноваційної діяльності в банківській сфері України окреслюється певними етапами, які узагальнено в табл. 1 [10, с. 104].

В останні роки суттєво змінився також і вигляд банківського сектору України, а разом із ним асортимент послуг, які кредитно-фінансові установи надають своїм клієнтам, і технології, що використовуються при цьому. Протягом розвитку і становлення банківської системи України процес запровадження інновацій мав стримуючий характер через цілу низку негативних чинників, таких як економічна криза, відсутність належної фінансової стабільності, низький рівень довіри до банківської системи, відсутність урегульованого чинного законодавства, обмеження банків у фінансуванні, що обмежує включення інноваційної діяльності до кола пріоритетних завдань. Проте разом із чинниками, що стримують інноваційний розвиток банківського сектору економіки України, доцільним є виділення і факторів, що стимулюють цей розвиток, а саме: зростання потреб споживачів банківських послуг, банківська конкуренція, що посилюється глобалізаційними та інтеграційними процесами фінансового ринку [4].

Інноваційна діяльність банківських установ націлена на максимізацію їхнього прибутку через максимальне задоволення потреб споживачів у банківських продуктах та послугах за мінімальних витрат на розроблення й упровадження банківських інновацій. Однак інновації можуть

приносити вигоду не тільки у вигляді прибутку, а й у спрощенні проведення банківських операцій співробітниками, що, безперечно, вигідно впливає як на репутацію, так і на внутрішнє середовище установи. Важливими елементами інноваційного розвитку банківської сфери в умовах збільшення конкуренції є встановлення зв'язку з клієнтом у процесі продажу банківського продукту, маркетинговий аналіз переваг споживачів і запровадження новітніх клієнтоорієнтованих технологій [2, с. 51]. Тому, банківські інновації, з одного боку, мають на меті підтримку банком стійкого зв'язку з клієнтами, який заснований на партнерських відносинах, а з іншого – підвищення конкурентоспроможності банківських установ в умовах постійного розвитку фінансового ринку.

У банківській сфері виокремлюються такі види банківських інновацій, як:

- банківський продукт на нових сегментах ринку;
- інновації як освоєння напрямів діяльності у нових сферах фінансового ринку;
- нові методи управління готівкою та використання нових інформаційних технологій;
- модифіковані послуги фінансового посередництва, спрямовані на зниження операційних витрат та більш ефективного управління активами та зобов'язаннями;
- нові продукти в традиційних сегментах позичкових капіталів [4, с. 113].

Варто зазначити, що новітні технології на сучасному етапі все частіше пов'язані з мережею

Таблиця 1

Етапи інноваційної діяльності у банківській системі України

Етап	Період	Особливості	Основні події
1	1991-1995 рр.	Розбудова банківської системи	Прийняття Закону України «Про банки і банківську діяльність»; запровадження проведення НБУ кредитних аукціонів за американською моделлю для доступу банків до кредитів НБУ; прийняття «Концепції електронного грошового обігу в Україні»
2	1996-2000 рр.	Проведення грошової реформи і введення в обіг національної валюти	Запровадження Інтернет-банкінгу (1998 р.); запровадження НБУ обов'язкового резервування валютних депозитів, ломбардне кредитування комерційних банків під заставу облігацій внутрішньої державної позики, операції із цінними паперами на умовах угоди РЕПО для підтримки ліквідності банків
3	2001-2007 рр.	Стабільність міжнародних фінансових ринків, зростання національної економіки	Поява роздрібного банкінгу; розширення пропозиції інноваційних банківських продуктів, становлення нової моделі роботи з клієнтами Private Banking; розроблення НБУ методичних указівок з інспектування банків «Система оцінки ризиків»; розвиток факторингу та фінансового лізингу; автоматизація внутрішньобанківської діяльності, формування мережі банкоматів
4	2008-2013 рр.	Масові банкрутства, злиття та поглинання, рекапіталізація та націоналізація банків	Розвиток електронних платіжних систем і безготівкових розрахунків, дистанційного банківського обслуговування з подальшим використанням біометричних та телекомунікаційних технологій ідентифікації та виконання банківських операцій, використання сучасних онлайн-платформ
5	з 2014 р. – дотепер	Реформування банківської системи	Інтеграція традиційних та дистанційних технологій, поширення Інтернет-банкінгу і мобільного банкінгу для збереження та розширення клієнтської бази, зменшення трудомісткості та витрат під час роботи з готівкою, автоматичного контролю операційних ризиків тощо

Інтернет, тому актуальним є відстеження зв'язку розвитку інновацій та електронних ресурсів. Так, аналіз діяльності вітчизняних банківських установ показав, що інновації у сфері банківського бізнесу, які пов'язані з використанням нових технологій, поширюються на такі продукти:

- мобільний банкінг – вид дистанційного обслуговування клієнтів, який являє собою сервіс для власників карткових рахунків, що дає змогу контролювати рух коштів за допомогою мобільного телефону;

- Інтернет-банкінг – це система, яка забезпечує дистанційний доступ до банківських продуктів та можливість здійснювати операції з рахунками через Інтернет із комп'ютера або портативного пристрою;

- «зона 24» – за допомогою цього продукту клієнти можуть скористатися перевагами цілодобового доступу до найнеобхідніших банківських послуг;

- POS-термінали в торговельних мережах – установлення терміналів самообслуговування в мережах торгівлі. Прогнозується, що в майбутньому в оплату за допомогою POS-терміналів будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чипів, вбудованих у телефон;

- електронний залишок (послуга «без монет») – зарахування залишку менше однієї гривні на рахунок мобільного телефону клієнта або на електронний ваучер.

Лідером за кількістю інноваційних банківських продуктів на вітчизняному ринку банківських послуг є АТ «ПриватБанк». Він першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет-банкінгу Privat24 та GSM-банкінгу, а також послуги з продажу через мережу своїх банкоматів та POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку, IP-телефонії та ін. [11].

Переслідуючи мету максимально знизити витрати і підвищити якість послуг, що надаються, банки все частіше починають озиратися у бік штучного інтелекту. Наприклад, широкого поширення набули спеціальні унікальні програми – чат-боти. З їх допомогою відбувається обмін повідомленнями з клієнтами в месенджерах, інноваційні програми можуть не тільки консулювати клієнтів, а й здійснювати різні банківські операції.

Сьогодні рівень упровадження інновацій у банківську сферу в економічно розвинених країнах світу набагато вищий, ніж в Україні. Беручи до уваги зарубіжний досвід упровадження інноваційних технологій, банківська система України може виділити і в подальшому впровадити на практиці найбільш цікаві з економічного погляду банківські продукти і послуги.

Сьогодні в банківських установах України спостерігається активне використання такого інноваційного банківського продукту, як «Віртуальна

картка», що є спеціальною банківською платіжною картою, яка має всі властивості звичайних пластикових карток, тільки без фізичного пластику, призначена для платежів як в Інтернеті, так і для платежів у звичайних платіжних терміналах за допомогою технології безконтактної оплати NFC або за допомогою технології оплати Qr-кодом [12]. Іншими словами, віртуальна картка – це набір реквізитів (номер картки, термін дії, CVV-код) без фізичного носія для безпечного проведення розрахунків в Інтернеті, без використання основної картки [13]. Така картка пропонується клієнтам для самостійного відкриття та проведення розрахунків одразу після її випуску без звернення до банку. Власник картки сам установлює максимальний ліміт грошей на картці та може за бажанням у будь-який момент самостійно заблокувати або закрити картку.

Упровадження таких банківських інновацій дає змогу створити унікальні для клієнтів банків продукти, підвищити для них привабливість та зручність надання банками різноманітних послуг.

Акцентуючи увагу на пошуку нових підходів банків до вирішення фінансових проблем за допомогою вже відомих фінансових інструментів і технологій, зауважимо, що саме фінансовий інжиніринг виступає тим інструментом, який уможливорює цілеспрямоване розроблення та реалізацію нових фінансових інструментів і (або) нових фінансових технологій.

Саме фінансовий інжиніринг дає змогу оптимізувати рух фінансових ресурсів, розширити горизонти фінансової політики у різних сферах діяльності банку, у тому числі у сфері цінних паперів. Особо велика роль фінансового інжинірингу полягає у вирішенні складних проблем під час проведення фінансових операцій, розроблення варіантів інвестиційних програм, модернізації політики у сфері акціонерного капіталу. У процесі фінансового інжинірингу найчастіше фінансові інструменти поділяються на складові компоненти, створюються та перевіряються на практиці вихідні інструменти, з'являються нові цінні папери.

Історія фінансового інжинірингу як наукового напрямку почалася у 90-х роках ХХ ст., коли 1997 р. Нобелівською премією були відзначені наукові результати, отримані М. Шоулзом та Ф. Блеком за розроблення моделей оцінювання опціонів (Black–Scholes Option Pricing Model), які фактично стали основним стандартом оцінювання деривативів на міжнародному фінансовому ринку. Виникнення фінансової інженерії було спричинено низкою чинників, найсуттєвішими з яких були: неефективність традиційних підходів та методів управління фінансовими ризиками в умовах підвищеної волатильності фінансових ринків; підвищення інформативності суспільства та розвиток інформаційних технологій; перехід від сегментованих

фінансових ринків до єдиного інтегрованого фінансового ринку; дерегуляція, фінансових ринків та підвищення їх волатильності; податкові асиметрії й регулятивні обмеження [5, с. 45].

Зауважимо, що хоча фінансовий інжиніринг й охоплює різні сфери життєдіяльності, однак найбільша його роль проявляється на ринку банківських послуг, ринку цінних паперів та на строковому ринку деривативів. Тому у фінансовому інжинірингу розрізняють такі сегменти, як: розроблення і виконання спекулятивних стратегій під час торгівлі цінними паперами; похідні фінансові інструменти; інноваційні банківські продукти; управління фінансовими ризиками.

Отже, фінансовий інжиніринг допомагає банківським установам ефективніше та оперативніше реагувати на зміни, які відбуваються в економіці, у світі чи всередині конкретного банку. Фінансовий інжиніринг можна охарактеризувати такими ознаками [6]: підконтрольність потребам споживачів. Перш ніж з'явиться новий продукт (послуга) на ринку, необхідний сформований набір чинників, які формують попит споживачів; динамічність. Фінансовий інжиніринг є поєднанням різноманітних фінансових інструментів та створенням на їх основі нових; зростання інтенсивності. Для ефективного функціонування та розвитку сучасна економічна система потребує появи нових інноваційних фінансових інструментів; наслідувальний зв'язок. Кожен фінансовий інструмент є продуктом фінансового інжинірингу.

Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції банківські установи повинні максимально зосередити свої зусилля на зміцненні ресурсної бази, що, своєю чергою, забезпечить збереження наявних та залучення потенційних клієнтів, на основі застосування банківських інновацій, у т. ч. фінансового інжинірингу. Саме перехід на інноваційні моделі ведення банківського бізнесу дасть змогу українським банкам:

- поліпшити якість банківських продуктів і послуг, додати їм нових споживчих властивостей, збільшити частку банку на фінансовому ринку;
- підвищити ефективність роботи банку шляхом економії на витратах, що сприятиме поліпшенню операційної, фінансової, маркетингової, технологічної, кадрової та організаційної роботи банків;
- оптимізувати рівень ризиків та підвищити ліквідність банківських установ через збільшення інноваційних продуктів у продуктивній лінійці;
- досягти економічних, соціальних і стратегічних ефектів, що виражається у зміцненні ринкової позиції банку, зростанні рівня задоволення потреб споживачів в інноваційних продуктах і послугах та виході банку на якісно новий технологічний рівень розвитку;

– вивести банки на міжнародний фінансовий ринок завдяки використанню інновацій міжнародного характеру [14, с. 36].

Висновки з проведеного дослідження.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що інновації у банківській сфері – це кінцевий результат інноваційної діяльності банку, який отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджено в практичну діяльність. Лідером за кількістю інноваційних банківських продуктів на вітчизняному ринку банківських послуг є АТ «ПриватБанк». Вартим ґрунтовних досліджень є фінансовий інжиніринг, який дає змогу оптимізувати рух фінансових ресурсів, розширити горизонти фінансової політики у різних сферах діяльності банку, у вирішенні складних проблем під час проведення фінансових операцій, розроблення варіантів інвестиційних програм, модернізації політики у сфері акціонерного капіталу. Отже, перспективними напрямками банківських інновацій є поєднання нових і традиційних технологій та інструментів, віртуальні банківські й фінансові технології, комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бильок О.И., Дребот Н.Н. Современные тенденции инновационного развития банков Украины. URL : <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/10223/1/2.pdf> (дата звернення: 03.01.2020).
2. Гетьман Л.Г. Напрями розвитку інноваційної діяльності у банківській сфері. *Інтернаука*. 2016. № 12(22). Т. 2. С. 49–54.
3. Єгоричева С.Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти : монографія. Полтава : АСМІ, 2010. 348 с.
4. Золотарьова О.В. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх впровадження в Україні. URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/29.pdf (дата звернення: 20.12.2019).
5. Біляєва В.Ю. Забезпечення фінансової стійкості банку засобами фінансового інжинірингу : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Харків, 2017. 225 с.
6. Танчак Я.А. Фінансовий інжиніринг банку як інновація на ринку фінансових інвестицій. URL : <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/12159/1/74%2C%20Танчак.pdf> (дата звернення: 20.12.2019).
7. Трудова М.Є. Інноваційні перспективи розвитку в банківській системі України. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 485–490.
8. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV / Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 20.12.2019).
9. Стратегія розвитку банківської системи 2016-2020: «синергія розвитку банків та індустріалізації економіки» : проєкт. URL : <http://optimacenter.org/userfiles/Проект%20Стратегії%20розвитку%20банківської%20системи%202016-2020.pdf> (дата звернення: 23.12.2019).

10. Мельник О.І., Боднар О.А. Запровадження фінансових інновацій у вітчизняній банківській практиці. *Modern Economics*. 2018. № 8. С. 102–111.

11. Офіційний сайт АТ «ПриватБанк». URL : <https://privatbank.ua> (дата звернення: 23.12.2019).

12. Вільна енциклопедія «Вікіпедія». URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Віртуальна_банківська_картка (дата звернення: 27.12.2019).

13. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк». URL : <https://www.oschadbank.ua> (дата звернення: 23.12.2019).

14. Ткаченко Ю.В., Зверук Л.А. Сучасні технології як основа інноваційної моделі розвитку банківського бізнесу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 2(33). С. 26–41.

REFERENCES:

1. Bilyk O.I., Drebot N.N. (2016) *Sovremennye tendencii innovatsionnogo razvitiya bankov Ukrainy* [Current tendencies of innovative development of Ukrainian banks]. Available at: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/10223/1/2.pdf> (accessed 03 January 2020)

2. Hetman L.H. (2016) *Napriamy rozvytku innovatsiinoi diialnosti u bankivskii sferi* [Areas of development of innovative activity in the banking sphere]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka"*, no 12 (22), pp.49-54

3. Iehorycheva S.B. (2010) *Innovatsiina diialnist komertsiiynykh bankiv: stratehichni aspekty* [Innovation activity of Commercial Banks : Strategic Aspects]: monohrafiia. Poltava: TOV "ASMI" (in Ukrainian)

4. Zolotarova O. V. (2016) *Innovatsiini bankivski produkty ta spetsyfika yikh vprovadzhennia v Ukraini* [Innovative banking products and specifics of their implementation in Ukraine]. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/29.pdf (accessed 20 december 2019)

5. Biliaieva V.Iu. (2017) *Zabezpechennia finansovoi stiiikosti banku zasobamy finansovoho inzhynirynhu* [Providing financial stability of the bank by means of financial engineering] (PhD Thesis), Kharkiv

6. Tanchak Ya.A. (2017) *Finansovyi inzhynirynh banku yak innovatsiia na rynku finansovykh investytsii* [Financial engineering of Bank as an innovation in the financial investment market]. Available at: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/12159/1/74%2C%20Tanchak.pdf> (accessed 20 december 2019)

7. Trudova M.Ie. (2016) *Innovatsiini perspektyvy rozvytku v bankivskii systemi Ukrainy* [Innovative prospects of development in the banking system of Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*. Vol. 3, pp. 485-490.

8. *Zakon Ukrainy (2002) Pro innovatsiinu diialnist* [About innovation activity]: vid 4 lypnia 2002 r. № 40-IV / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (accessed 20 december 2019)

9. Proekt (2016) *Stratehiia rozvytku bankivskoi systemy 2016-2020: "synerhiia rozvytku bankiv ta industrializatsii ekonomiky"* [Strategy of Development of Banking System 2016-2020: "Synergy of Banks Development and Industrialization of the Economy"]. Available at: <http://optimacenter.org/userfiles/> (accessed 23 December 2019)

10. Melnyk O. I., Bodnar O. A. (2018) *Zaprovadzhennia finansovykh innovatsii u vitchyzniani bankivskii praktytsi* [Introduction of financial innovations in domestic banking practice]. *Modern Economics*. no. 8, pp. 102-111.

11. AT "PryvatBank". Available at: <https://privatbank.ua> (accessed 23 december 2019)

12. Vilna entsyklopediia "VIKIPEDIIA"/ Available at: https://uk.wikipedia.org/Віртуальна_банківська_картка (accessed 27 December 2019)

13. AT "Oshchadbank". Available at: <https://www.oschadbank.ua> (accessed 23 december 2019)

14. Tkachenko Yu.V., Zveruk L.A. (2018) *Suchasni tekhnolohii yak osnova innovatsiinoi modeli rozvytku bankivskoho biznesu* [Modern technologies as a basis for innovative model development of banking business]. *Ekonomichna teoriia ta pravo*. no. 2 (33), pp. 26-41.

РЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТІЖНОГО РИНКУ УКРАЇНИ
REGULATION OF THE PAYMENT MARKET OF UKRAINE

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-55>**Кузнєцов А.М.**к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
Одеський національний економічний університет**Деркач Ю.Б.**к.е.н., старший викладач кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет**Kuznetsov Andriy**

Odesa National Economic University

Derkach Yuliya

Odesa National Economic University

У статті досліджено проблеми регулювання платіжного ринку в умовах розвитку цифрових технологій. Визначено сутність економічної категорії «платіжний ринок», уточнено класифікацію видів платіжних систем; розглянуто порядок проведення оверсайту платіжних систем. Проаналізовано основні порушення в діяльності платіжних систем, кількість яких суттєво скоротилася у 2018 р. порівняно з 2017 р. Визначено, що хоча і відбулися позитивні зміни в роботі платіжних систем, проте необхідно розширити перелік показників діяльності платіжних систем з їх оприлюдненням у звіті; впровадити оверсайт платіжних інструментів. Розглянуто вплив цифрових технологій на розвиток вітчизняного ринку платежів. Доведено необхідність застосування нових підходів до його регулювання. Запропоновано створення регуляторних пісочниць, що сприятиме більш активному впровадженню інноваційних рішень, які виходять на платіжний ринок України.

Ключові слова: платіжна система, регулювання, оверсайт, банк, закон, розрахунки.

В статье исследованы проблемы регулирования платежного рынка в условиях

развития цифровых технологий. Определена сущность экономической категории «платежный рынок»; уточнена классификация видов платежных систем; рассмотрен порядок проведения оверсайта платежных систем. Проанализированы основные нарушения в работе платежных систем, количество которых существенно сократилось в 2018 г. по сравнению с 2017 г. Отмечено, что хотя и произошли улучшения в работе платежных систем, однако целесообразно расширить перечень показателей деятельности платежных систем, публикуя их в отчете; внедрить оверсайт платежных инструментов. Рассмотрено влияние цифровых технологий на развитие отечественного рынка платежей. Доказана необходимость применения новых подходов к его регулированию. Предложено внедрение регуляторных песочниц, применение которых будет способствовать более активному внедрению инновационных решений.

Ключевые слова: платежная система, регулирование, оверсайт, банк, закон, расчеты.

The term "payment system" was defined, the classification features of payment systems considered in the scientific literature were considered. It has been proven that the development of the digital economy requires the addition of traditional classification criteria to modern ones. It has been determined that in recent years there have been changes in the understanding of the role of the payment system. It is proved that reliable and uninterrupted operation of the payment system contributes to the financial stability of the state. According to the results of the payment systems activity, the National Bank of Ukraine identified a number of violations. The main violations are: non-compliance with limits and restrictions, providing false reporting, lack of protection of information. The analysis shows that the performance of payment systems in 2018 has improved qualitatively compared to 2017. The current retail financial services market is vertically integrated. The necessity of expanding the list of indicators of activity of payment systems, publication of audit results is substantiated; implementation of oversight of payment instruments. Banks are developing new interfaces on their own or outsourcing. This practice leads to the monopolization of the payment space by banking institutions, which reduces market incentives to innovate. The issue of eliminating the banking monopoly in the payment services market is being addressed by both developed and developing countries. Increasing the level of competition in the payment market is also decided by our state. As part of the agreement with the EU, in mid-2019, the NBU released a new draft Law on Payment Services in Ukraine. The Draft Law on Payment Services in Ukraine has not only benefits but also challenges for market participants. New regulatory approaches need to be implemented to overcome the challenges. An example is the use of "regulatory sandboxes". Using regulatory sandboxes will allow you to test new payment tools, products and business models in a controlled environment without having to comply with all regulatory requirements. This will promote more active implementation of innovative solutions in the payment market of Ukraine.

Key words: payment system, regulation, oversight, bank, law.

Постановка проблеми. Потягом останнього десятиліття бурхливий розвиток цифрових технологій змінив платіжний ландшафт більшості країн світу, не є винятком і наша держава. В Україні платіжний ринок постійно розвивається: зростає кількість платіжних систем, розширюється коло їх членів, географія платежів, кількість електронних платіжних засобів, з'являються нові платіжні сервіси. Як свідчать дані Звіту «Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог», основними напрямками діяльності фінтех-провайдерів в Україні є платежі (32% опитуваних компаній), технології та розвиток інфраструктури (18%), кредитування (14%) [1]. За таких умов набуває актуальності дослідження питань реформування процесів регулювання платіжного ринку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним засадам функціонування платіжного ринку, регулюванню діяльності його

учасників, зокрема платіжних систем, присвячено праці таких зарубіжних економістів, як Т. Коккола, В. Кочергін, О. Ламфалусі, Б. Саммерс, Е. Спіндлер П. Тамаров та ін. Вагомий внесок зробили й вітчизняні науковці: Ю. Бакаліна, Б. Вишивана, О. Вовчак, Н. Козій, С. Міщенко, О. Сало та ін.

Проведений аналіз праць наведених вище науковців дає змогу стверджувати, що недостатньо розробленими залишаються теоретичні положення щодо функціонування платіжного ринку в умовах глобалізації, розвитку фінансових інновацій, спільний вплив яких сприяє виникненню постійних змін у платіжному просторі та потребує адекватних методів регулювання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей регулювання ринку платежів в умовах розвитку цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з багатоаспектності економічної категорії

«платіжний ринок», ми вважаємо доцільним використання методологічного підходу до визначення платіжного ринку на засадах функціональної, інституційної та організаційної характеристик.

Відповідно до функціональної характеристики, платіжний ринок – це складова частина фінансової системи, що забезпечує своєчасне врегулювання платіжних зобов'язань між його учасниками, безперебійне проведення платежів, безперервність грошового обігу країни.

Інституційна характеристика платіжного ринку являє собою сукупність банків та небанківських фінансових установ, клірингових палат, спеціалізованих розрахункових установ, центральних банків, поштових операторів, що здійснюють розрахунки та переказ коштів.

З організаційного погляду платіжний ринок можна визначити як сукупність сучасних комунікаційних засобів зв'язку (мережа Інтернет, мобільні мережі, банківські канали зв'язку), що зв'язують між

собою учасників та користувачів платіжних систем, які здійснюють переказ коштів та формують основу функціонування ринку.

Аналіз наукової літератури свідчить, що платіжний ринок – складне утворення, ключовим елементом якого є платіжні системи [2–4]. Різноманітність виконуваних платіжними системами функцій, множинність учасників платежів, специфіка обслуговуваних сегментів грошового обороту є основними причинами існування різних видів платіжних систем.

Основні класифікаційні ознаки платіжних систем зазвичай розглядаються в науковій літературі досить докладно, проте поява в останні роки платіжних Інтернет-систем, схем розрахунків віртуальними валютами, які є важливими інноваціями у сфері платежів, потребує нових підходів до регулювання їхньої діяльності, вимагає доповнення традиційних критеріїв класифікації платіжних систем новітніми (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація видів платіжних систем

Класифікаційна ознака	Характеристика видів
ТРАДИЦІЙНІ	
Резидентність учасників	Платіжна система, учасниками яких є виключно резиденти Платіжна система, учасниками яких є як резиденти, так і нерезиденти
Централізація	Централізована платіжна система (керована з єдиного центру) Децентралізована платіжна система (керована приватними кредитними інститутами)
Сума платежів	Гуртова (призначена для обробки великих і термінових платежів) Роздрібна (призначена для обробки невеликих сум платежів)
Вплив на економіку країни	Системно значуща (порушення в діяльності системи може спровокувати порушення у функціонуванні фінансової сфери країни) Соціально значуща (порушення в діяльності самої системи може викликати погіршення фінансового становища значної кількості учасників фінансової сфери)
Порядок та строки розрахунків	Платіжна система валових розрахунків (брutto-розрахунки) в режимі реального часу Платіжна система відкладених нетто-розрахунків Змішана платіжна система
Кількість використовуваних валют	Моновалютна платіжна система (використовується одна валюта) Мультивалютна платіжна система (використовуються дві і більше валют)
НОВІТНІ	
Приналежність грошової одиниці, що виступає як платіж	Платіжна система з використанням державних грошових одиниць (національна валютна одиниця, що є законним засобом платежу в рамках національної економіки, емісія яких забезпечується державою) Платіжна система з використанням приватних грошових одиниць (віртуальні валютні одиниці випускаються у цифровій формі, тільки приватними емітентами і не гарантуються будь-якою юрисдикцією)
Форма платіжних інструментів	Платіжна система з використанням: – паперових платіжних інструментів (наприклад, банківські чеки); – електронні платіжні інструменти: – традиційні (електронна форма платіжних інструментів і обробки інформації (платіжні картки)); – інноваційні (електронна обробка інформації в інтерактивному середовищі (електронні чеки або віртуальні гаманці)
Канали доступу до платіжної інфраструктури	Платіжна система з використанням закритих каналів зв'язку (всі інформаційні повідомлення передаються через захищені банківські канали зв'язку, зовнішній доступ до яких неможливий) Платіжна система з використанням відкритих каналів зв'язку (інформаційні повідомлення передаються через відкриті канали зв'язку на основі протоколів шифрування інформації (Інтернет))

Джерело: складено за [2–5]

Проведений аналіз наукових джерел свідчить, що, в останні роки відбулася переоцінка ролі платіжної системи як суто технічної структури, що забезпечує рух коштів до системи, діяльність якої впливає на стабільність функціонування не лише банківської системи, а й на можливість реалізації грошово-кредитної політики центрального банку.

Переоцінка ролі платіжної системи спонукала центральні банки ЄС упровадити стандарти діяльності платіжних систем, порядок проведення нагляду за їхньою діяльністю (oversight), які розробив Комітет із питань платіжних і розрахункових систем (КПРС) Банку міжнародних розрахунків (БМР).

В Україні першим суттєвим кроком щодо розвитку оверсайта стало схвалення у 2010 р. Концепції запровадження нагляду (оверсайта) за платіжними системами. Наступним кроком (відповідно до міжнародних стандартів) стало законодавче закріплення за НБУ функції нагляду (оверсайта)

за діяльністю платіжних систем та систем розрахунків, реалізація якої забезпечує безперервне та надійне функціонування фінансового ринку країни. Оверсайт включає: моніторинг платіжних систем; оцінювання їх на відповідність вимогам законодавства України та міжнародним стандартам нагляду (оверсайту); надання вказівок та рекомендацій та застосування заходів впливу [6]. Більш чіткі інструкції стосовно порядку проведення оверсайта закріплено у низці нормативно-правових актів НБУ, які визначають організаційні засади та порядок здійснення оверсайта платіжних систем, критерії визначення важливості платіжних систем, установлюють вимоги до діяльності платіжних систем в Україні.

У 2018 р. Національний банк у рамках моніторингу об'єктів оверсайта здійснював *виїзний моніторинг* трьох платіжних організацій платіжних систем, шістьох учасників платіжних систем, одного оператора послуг платіжної інфраструктури щодо дотримання ними вимог законодавства України [1]. Основні *порушення*, які були виявлені в їхній діяльності, стосувалися: незабезпечення безперервності діяльності та захисту інформації; невідображення усіх операцій щодо переказу коштів у системах обліку; надання недостовірної звітності; недотримання лімітів та обмежень.

За результатами перевірок об'єктів оверсайта у 2017–2018 рр. Національний банк вимагав

усунення порушень та застосовував заходи впливу, які представлено в табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать, що робота платіжних систем у 2018 р. якісно поліпшилася порівняно з 2017 р.

Під час здійснення *безвиїзного моніторингу* було забезпечене спостереження щодо дотримання об'єктами оверсайта вимог законодавства стосовно: відповідності діяльності платіжних систем та їх учасників правилам, що узгоджені НБУ; захисту прав користувачів платіжних систем; відсутності фактів співпраці з міжнародними платіжними системами, до яких застосовані санкції. За результатами безвиїзного моніторингу Національним банком були надіслані відповідні рекомендації об'єктам оверсайта щодо приведення їхньої діяльності у відповідність до вимог законодавства [1].

Виявлені недоліки в роботі платіжних систем, а також бурхливий розвиток ринку роздрібних платежів в Україні потребують подальшого вдосконалення нагляду за діяльністю платіжних систем, а саме: підвищення прозорості діяльності платіжних систем; розширення переліку показників діяльності, відповідно до яких здійснюється моніторинг платіжних систем; запровадження ризик-орієнтованого оверсайта системно важливої та соціально важливої платіжних систем і приведення її діяльності у відповідність міжнародним стандартам; упровадження оверсайта платіжних інструментів.

Сучасний ринок роздрібних фінансових послуг є вертикально інтегрованим, оскільки банківські установи одночасно надають клієнту послугу джерела фондування та інтерфейс. Банки розробляють нові інтерфейси самостійно або користуються послугами аутсорсингу (рис. 1).

Основними партнерами фінтех-компаній є такі банки, як «ПУМБ», «Ощадбанк», «Альфа-Банк», «Райффайзен Банк Аваль», «ТАСКОМБАНК» та міжнародні платіжні системи. Окрему позицію займає АТ «КБ «ПриватБанк»: технологічні послуги цього банку (до націоналізації) випереджали не лише локальний український ринок, а й європейський.

Подібна практика призводить до монополізації платіжного простору банківськими установами, що знижує ринкові стимули до впровадження інновацій. Питання усунення банківської монополії на

Таблиця 2

Заходи впливу з боку НБУ до об'єктів оверсайта у 2017–2018 рр.

Заходи впливу	2017	2018
Письмове застереження щодо усунення порушень	+	+
Призупинення надання окремих видів послуг у платіжних системах в Україні	+	-
Виключення з реєстру платіжних систем учасників і операторів послуг	+	-
Адміністративний штраф	+	-

Джерело: складено за матеріалами [1]

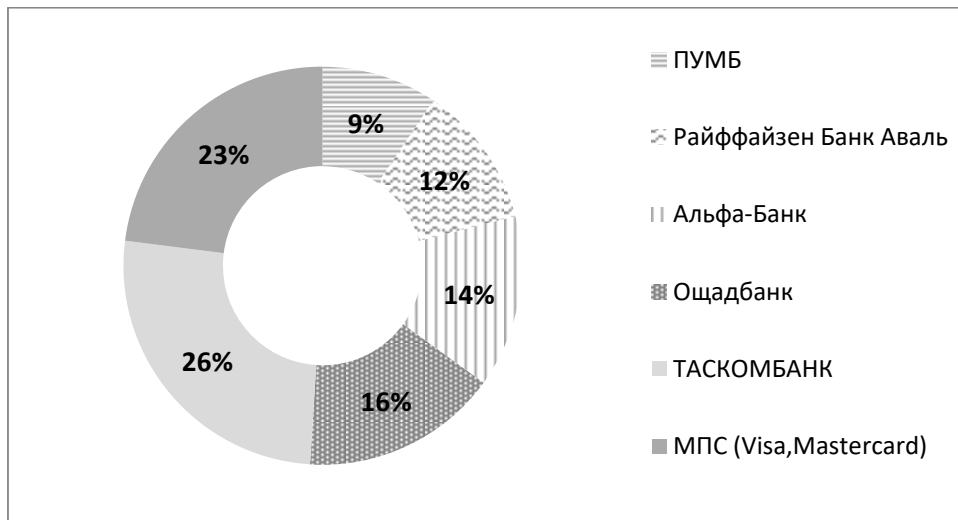


Рис. 1. Основні партнери фінтех-компаній станом на 01.01.2019, % [1]

ринку платіжних послуг вирішують як розвинуті країни, так і ті, що розвиваються. Один із таких прикладів є політика Європейського Союзу на фінансовому ринку, яка, зокрема, включає у себе: введення нових типів платіжних організацій; введення обов'язкового використання відкритих форматів даних; створення технократичних регуляторів, що закріплено у Другій платіжній директиві ЄС (PSD2) № 2015/2366, ухваленій у листопаді 2015 р. Директива містить низку положень, спрямованих на створення конкурентного ринку, нейтрального по відношенню до технологій, інструментів і продуктів. Упровадження вимог PSD2 на європейському просторі націлене на підвищення доступності фінансових послуг для споживачів, стимулювання конкуренції між існуючими традиційними гравцями, при цьому переваги отримують найбільш ефективні кредитні організації.

Питання підвищення рівня конкуренції на платіжному ринку, сприяння кооперації між фінансовими компаніями в інтересах споживача, захисту персональних даних клієнтів вирішує й наша держава. У рамках Угоди з ЄС усередині 2019 р. НБУ оприлюднив новий проєкт закону «Про платіжні послуги в Україні», який має стати аналогом європейської директиви PSD2. Відповідно до зазначеного законопроєкту, реформування платіжного простору України відбуватиметься за такими напрямками: впровадження низки нових платіжних послуг (фінансових та нефінансових); розширення кола постачальників платіжних послуг за рахунок платіжних установ, установ електронних грошей, поштових операторів, державних установ; підвищення захисту прав користувачів платіжних послуг.

Зауважимо, що законопроєкт «Про платіжні послуги в Україні» матиме для учасників ринку не лише переваги, а й виклики: з одного боку, регулятор в особі центрального банку зацікавлений

у розвитку нових технологій, з іншого – повинен забезпечити необхідний рівень захисту прав споживачів і стійкість фінансової системи у цілому. Тому в деяких країнах почали створювати регулятивні «пісочниці» – спеціально обмежене контрольоване середовище, де компанії здатні тестувати інновації в невеликому масштабі. Уважаємо, що використання такого досвіду дасть Україні змогу успішно інтегруватися у світовий платіжний простір.

Серед причин створення регулятивних «пісочниць» можемо виділити такі:

– відсутність досвіду та кваліфікованого персоналу (невеликі компанії не мають необхідного ресурсу, щоб оцінити нормативні вимоги до їх інновацій);

– відсутність спеціальних регулятивних норм (деякі інноваційні інструменти і бізнес-моделі знаходяться у так званій «сірій зоні» (прямої заборони на їх існування в законодавстві немає, формально регулятор може знайти обґрунтування для їх заборони));

– часові межі (узгодження з регулятором повноцінного функціонування нових бізнес-моделей та інструментів може займати тривалий час).

Аналіз досвіду Великобританії свідчить, що компанії, які бажають скористатися можливостями регуляторної пісочниці, повинні подати заявку до Служби фінансового нагляду (FCA), що приймає рішення про допуск у «пісочницю» на основі відповідних критеріїв. У «пісочниці» можуть тестуватися лише готові продукти і моделі. Компанії, які отримали дозвіл, за потреби звільняються від виконання окремих вимог регулятора та отримують індивідуальне консультування з питань законодавства.

В Австралії створенням регулятивної «пісочниці» займається Австралійська комісія із цінних паперів та інвестицій (ASIC). Цей орган пропонує

окремим видам бізнесу інвестиційне консультування, свою участь в інвестиційних проєктах із низьким рівнем ризику.

Створення регулятивної «пісочниці» сприяє скороченню терміну та зниженню витрат на виведення технології на ринок; підвищенню доступності інвестицій для інноваційних компаній; збільшенню частки інноваційних рішень, які виходять на ринок. Реалізація регулятивних пісочниць набуває поширення у світовій практиці, яку варто використовувати і в Україні.

Висновки з проведеного дослідження.

Ключовим елементом платіжного ринку є платіжна система. В останні роки відбулася зміна акцентів стосовно її ролі у функціонуванні фінансової системи. Сьогодні надійна та безперебійна робота платіжної системи сприяє фінансовій стабільності держави. Переоцінка ролі платіжної системи вимагає від НБУ вдосконалення нагляду за їхньою діяльністю, а саме: підвищення прозорості діяльності платіжних систем; розширення переліку показників діяльності, відповідно до яких здійснюється моніторинг та оприлюднення результатів у звіті про оверсайт; запровадження ризик-орієнтованого оверсайта; впровадження оверсайта платіжних інструментів.

Проте вдосконалення порядку проведення оверсайту платіжних систем та розширення кола його об'єктів в умовах бурхливого розвитку ринку платежів недостатнє для повноцінної інтеграції платіжного простору України до європейського. Тому актуальним є прийняття закону «Про платіжні послуги», який стане поштовхом до появи нових гравців на ринку, що сприятиме підвищенню конкуренції серед кредитних установ та доступності фінансових послуг для споживачів. Відповідні зміни потребують упровадження регуляторних новацій. Застосування регуляторних «пісочниць» в українській практиці дасть змогу тестувати нові інструменти, продукти та бізнес-моделі в контрольованому середовищі без необхідності дотримуватися всіх без винятку нормативних вимог, що в кінцевому підсумку сприятиме більш активному впровадженню інноваційних рішень, які виходять на платіжний ринок України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL : <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 19.12.2019).
2. Кочергин Д.А. Современная интерпретация и классификация платёжных систем. *Финансово-кредитная система. Бюджетное, валютное и кредитное регулирование экономики*. 2017. № 1. С. 93–96.
3. Балакіна Ю.С. Класифікація платіжних систем з точки зору їх оверсайта. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 286–291.
4. Ющишина Л.О., Сало С.М. Електронні платіжні системи у міжнародній практиці та їх застосування в Україні. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2012. Вип. 9(3). С. 508–513.
5. Kokkola T. The payment system Payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem, ECB, Frankfurt am Main, FRG. 2010.
6. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2346-III / Верховна Рада України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (дата звернення: 15.01.2020).

REFERENCES:

1. Ofitsiynyy sayt Natsional'noho banku Ukrayiny. (2019). URL: <http://www.bank.gov.ua>. (accessed 19 December 2019).
2. Kochergin D. A. (2017) Sovremennaya interpretatsiya i klassifikatsiya platezhnykh system [Modern interpretation and classification of payment systems]. *Finansovo-kreditnaya sistema. Byudzhethnoe, valyutnoe i kreditnoe regulirovanie ekonomiki*, vol. 1, pp. 93–96.
3. Balakina Yu. S. (2014) Klasyfikatsiia platizhnykh system z tochky zoru yikh oversaita [Classification of payment systems in terms of their overtime]. *Biznes-inform*, vol. 9, pp. 286–291.
4. Yushchysyna L. O., Salo S. M. (2012). Elektronni platizhni systemy u mizhnarodniy praktysi ta yikh zas-tosuvannya v Ukrayini [Electronic payment systems in international practice and their application in Ukraine]. *Ekonomichni nauky. Ser. : Oblik i finansy*, 9(3), 508-513.
5. Kokkola, T. (2010), The payment system Payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem, ECB, Frankfurt am Main, FRG.
6. Verkhovna Rada Ukrayiny (2001), Law “On Payment Systems and Funds Transfer in Ukraine”, Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>. (accessed 15 January 2020).

БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ: НЕОБХІДНІСТЬ, РЕЗУЛЬТАТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

BUDGETARY DECENTRALIZATION IN UKRAINE: NECESSITY, RESULTS AND PROSPECTS

УДК 336.15

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-56>**Легкоступ І.І.**

к.е.н., асистент кафедри фінансів
і кредиту
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Андрюк А.М.

студентка
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Lehkostup Ihor

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National
University

Andryuk Anna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National
University

У статті досліджено теоретичні та практичні аспекти бюджетної децентралізації в Україні на сучасному етапі. Розглянуто основні заходи, що були проведені в процесі реформи децентралізації в Україні, та оцінено їх результати. За результатами першого етапу реформи сформовано основний пакет законодавства та внесені позитивні зміни до Бюджетного та Податкового кодексів. Визначено, що в напрямі зменшення залежності місцевого самоврядування від фінансового впливу центрального уряду реформа поки що не дала очікуваного результату, оскільки частка власних доходів місцевих бюджетів протягом останніх років майже не збільшилася. Виходячи з проведеного аналізу, зроблено висновок, що надалі потрібно діяти в напрямі зменшення трансфертів із центрального бюджету з одночасним передаванням додаткових джерел власних доходів та фінансальних повноважень на місцевий рівень. Надано інші пропозиції щодо вдосконалення процесу бюджетної децентралізації в Україні.

Ключові слова: реформа децентралізації, бюджетна децентралізація, фінансальні повноваження, трансферти, власні доходи, місцеві бюджети.

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты реформы бюджет-

ной децентрализации в Украине на современном этапе. Рассмотрены основные мероприятия, которые были проведены в процессе реформы децентрализации и оценены их результаты. По результатам первого этапа реформы сформирован основной пакет законодательства и внесены позитивные изменения в Бюджетный и Налоговый кодексы. Определено, что в плане уменьшения зависимости местного самоуправления от финансового воздействия центрального правительства реформа пока что не дала ожидаемого результата, поскольку удельный вес собственных доходов местных бюджетов на протяжении последних лет почти не увеличился. Исходя из проведенного анализа, сделан вывод, что далее необходимо действовать в направлении постепенного уменьшения трансфертов из центрального бюджета с одновременной передачей дополнительных источников собственных доходов и финансовых полномочий на местный уровень. Представлены другие предложения по усовершенствованию процесса бюджетной децентрализации в Украине.

Ключевые слова: реформа децентрализации, бюджетная децентрализация, финансовые полномочия, трансферты, собственные доходы, местные бюджеты.

In this article the theoretical and practical aspects of budgetary decentralization in Ukraine at the present stage has been explored. In the course of the research it was clarified that budget decentralization is partial or complete transference of some authorities and functions regarding mobilization, distribution and use of financial resources from the central level of management to the level of administrative and territorial units. In the system of decentralization components, the concept of fiscal (budgetary) decentralization, which occupies a key place in the theory of public finances, is at the same time the major element of budgetary policy. The advantage of budgetary decentralization is the contribution to the increase of the financial potential of territorial communities and regions, the attraction of additional investments and the activation of entrepreneurship, which will finally ensure the socioeconomic growth of certain territories. The main measures taken in the process of decentralization reform in Ukraine have been reviewed and their results have been evaluated. According to the outcome of the first stage of decentralization reform (2014-2018), a number of laws that formed the main package of new legislation concerning the reform were passed, as well as positive changes to the Budget and Tax Codes of Ukraine were adopted. Due to these changes, local budgets have increased from 68.6 billion hryvnias in 2014 to 234 billion hryvnias in 2018. It has been determined that in the direction of reducing the dependence of local self-government on the fiscal influence of the central government, the reform has not yet yielded the expected result, since the share of own revenues of local budgets has almost not increased in the recent years. Taking into consideration the analysis that was carried out, it is concluded that further steps should be taken to reduce transfers from the central budget while simultaneously transferring additional sources of own revenues and fiscal authority to the local level. Suggestions concerning practical measures of improvement in the process of budgetary decentralization in Ukraine have been given.

Key words: decentralization reform, budget decentralization, fiscal powers, transfers, own revenues, local budgets.

Постановка проблеми. У нашій країні протягом багатьох років центр прийняття управлінських рішень зазвичай знаходився в одній інституції, завдяки чому склалася пряма фінансова залежність територій від центрального органу управління, тому для ефективної зміни функціональної та фінансової організації в країні необхідно активно впроваджувати такий процес, як децентралізація. Фінансова децентралізація особливо ефективна у період гострої дефіцитності публічних фінансів, що є доволі актуальною проблемою в Україні на сучасному етапі її розвитку.

Активна фаза процесу бюджетної децентралізації розпочалася в Україні у 2014 р. з початком загальної реформи децентралізації. Минуло вже

п'ять років. Настав час зробити огляд проведених заходів у напрямі бюджетної децентралізації та оцінити перші результати проведених реформ. Необхідно визначити, наскільки були досягнуті цілі децентралізації, чи все вдалося зробити, й узагалі, наскільки успішними виявилися ті кроки, які були здійснені на шляху зміцнення фінансової самостійності та самодостатності територіальних громад в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні боки процесу фінансової децентралізації та її впливу на соціально-економічні процеси держави висвітлили у своїх працях вчені зарубіжної школи: К. Фукусакі, Л. де Мелло, В. Оутс, Д. Ехдаї, Д. Джін, Х. Давуді, Х. Цзоу, С. Ілмаз, Л. Фелд, Н. Акаї,

М. Саката, Р. Барро та ін. Вагомий внесок у розвиток теоретичних і практичних підходів до дослідження проблем бюджетної децентралізації та фіскальної автономії місцевого самоврядування зробили І.О. Луніна, М.І. Деркач, О.П. Кириленко, І.Я. Чугунов, К.В. Павлюк, О.О. Бондаренко, Т.В. Сало, О.А. Ягольницький, І.С. Волохова, А.С. Гавриленко тощо.

Проте у наукових джерелах існують різні погляди щодо впливу децентралізації на соціальний та економічний розвиток, не оцінено повною мірою результати вже проведених заходів із реформи бюджетної децентралізації, існує невідомість щодо подальших напрямів реформування місцевих фінансів та їх взаємодії з фінансами центрального уряду в Україні. Тобто наукові напрацювання мають незавершений характер і свідчать про необхідність подальших досліджень у напрямі формування ефективних засобів матеріального забезпечення та зміцнення фінансової основи органів місцевого самоврядування, оптимізації принципів централізації та децентралізації, вдосконалення бюджетного устрою України.

Постановка завдання. Метою статті є уточнення понятійного апарату щодо бюджетної децентралізації, визначення її переваг та можливих ризиків, оцінювання ефективності вже проведених заходів реформи децентралізації в Україні, надання пропозицій щодо подальших кроків у цьому напрямі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [1], одними з пріоритетів визначено децентралізацію та реформу державного управління, політика яких орієнтована на відхід від централізованої моделі управління державою на побудову ефективної системи територіальної організації влади, реалізацію принципів субсидіарності і фінансової самодостатності місцевого самоврядування. Демократизація суспільних відносин, як свідчить досвід розвинутих країн, супроводжується реалізацією концепцій децентралізації: економічної, політичної, адміністративної, географічної, фіскальної (бюджетної) тощо. Термін «децентралізація» багатозначний і в класичному розумінні означає послаблення централізації, коли в країні формується така система державного управління, за якої частина повноважень, функцій та їх фінансового забезпечення переходить від центральних органів влади до органів місцевого самоврядування.

Процеси євроінтеграції та глобальні виклики, що стоять перед Українською державою, вимагають проведення глибинних економічних реформ, однією із цілей яких є розв'язання проблем територіального розвитку. Регіональна політика повинна бути орієнтована на розвинене місцеве самоврядування, на активні територіальні громади,

фінансово самодостатні та незалежні від центрального бюджету. Такі завдання узгоджуються зі світовим досвідом державного регулювання розвитку територій і відповідають сучасним запитам суспільства, соціальним потребам та ресурсним можливостям регіонів. Децентралізація пов'язана з певною організацією системи державного управління та сприяє налагодженню ефективних взаємовідносин між центральними та місцевими органами управління шляхом розширення або зміцнення прав та повноважень органів самоврядування щодо незалежного прийняття рішень і виконання делегованих повноважень.

Необхідність бюджетної децентралізації підтверджена світовим досвідом успішної реалізації її основних засад як у розвинутих країнах, так і в тих, що розвиваються. У цих країнах перехід до децентралізованого управління є характерною ознакою владної діяльності, що зумовлено прагненням до підвищення ефективності надання державних послуг, усунення макроекономічної нестабільності та прискорення економічного зростання. У багатьох унітарних країнах децентралізація розпочалася ще в 70-х роках ХХ ст. і включала розширення повноважень місцевих органів влади у фінансово-бюджетній діяльності та сфері міжбюджетних відносин. Уже в 1990-х роках 63 із 75 великих країн зробили трансформаційні кроки в напрямі децентралізації [2, с. 10].

У системі складників децентралізації концепція фіскальної (бюджетної) децентралізації, яка посідає ключове місце в теорії суспільних фінансів, водночас є головним елементом бюджетної політики. Бюджетна децентралізація – це часткове або повне перенесення деяких повноважень та функцій щодо мобілізації, розподілу та використання фінансових ресурсів із центрального рівня управління на рівень адміністративно-територіальних одиниць. У результаті процесу бюджетної децентралізації органи місцевого самоврядування отримують додаткові фіскальні повноваження, яких до цього часу були позбавлені з різних причин.

Як деякі теоретичні дослідження [3], так і досвід багатьох країн Європи свідчить, що бюджетна децентралізація сприяє підвищенню ефективності надання публічних послуг та залученню територіальних громад до управління державою. При цьому ступінь розмежування владних повноважень і фінансових ресурсів за рівнями бюджетної системи може стати основою для досягнення стійкого економічного розвитку та надання населенню доступних і якісних послуг. Принципи та переваги бюджетної децентралізації, на нашу думку, стануть корисними в бюджетній політиці регіонального розвитку в частині регулювання соціально-економічних процесів, підвищення фінансової автономії органів місцевого самоврядування, збалансування місцевих бюджетів, зростання власної

дохідної бази та місцевих запозичень. Виконання цих завдань підвищить ефективність функціонування бюджетної системи та стане можливим за передачі повноважень на місця та самостійності в прийнятті рішень щодо формування доходів і використання бюджетних коштів.

Перевагою бюджетної децентралізації є сприяння нарощуванню фінансового потенціалу територіальних громад та регіонів, залученню додаткових інвестицій та активізації підприємництва, що, нарешті, забезпечить соціально-економічне зростання певних територій. Передача повноважень та ресурсів для їх реалізації на місця здатна забезпечити максимально ефективну реалізацію функцій держави, вдосконалення міжбюджетних відносин, належний контроль над бюджетним процесом і рухом коштів, посилення громадянської активності та підзвітності обраних керівників громаді, краще задоволення її потреб на основі делегованої місцевій владі права визначати окремі форми надання суспільних послуг.

Розглянемо основні заходи, що були проведені в процесі реформи децентралізації в Україні, та оцінимо їх результати. Головною метою реформи децентралізації стала передача від органів виконавчої влади органам місцевого самоврядування значної частини повноважень, ресурсів та відповідальності. Реформа проводиться у два етапи. Окрім законодавчих змін із делегування повноважень, реформа також передбачала зменшення впливу районів та їх реорганізацію. Законодавче підґрунтя для докорінної зміни системи влади та її територіальної основи на всіх рівнях почало формуватися у 2014 р.

Перший етап реформи децентралізації в Україні відбувся протягом 2014–2018 рр. В основу політики децентралізації були закладені положення Європейської хартії місцевого самоврядування [4] та найкращі світові стандарти суспільних відносин у цій сфері. В Україні хартія була підписана 6 листопада 1996 р., а ратифікована парламентом 15 липня 1997 р. Ратифікувавши Хартію, Україна взяла на себе обов'язки використовувати місцеві фінансові ресурси згідно з принципами демократизації, децентралізації та фінансової незалежності місцевих органів влади.

У квітні 2014 р. урядом був схвалений основний концептуальний документ, який дав старт реформі, – «Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади» [5], після чого був затверджений План заходів щодо її реалізації.

Для реалізації положень Концепції та завдань Плану заходів необхідно було в першу чергу внести відповідні зміни до Конституції України та сформувати пакет нового законодавства. Зміни до Конституції повинні були вирішити питання утворення виконавчих органів обласних та районних

рад, реорганізації місцевих державних адміністрацій в органи контролю-наглядового типу, дати чітке визначення адміністративно-територіальної одиниці – громади. Проте політичні обставини не дали змоги тоді прийняти подані зміни до Конституції щодо децентралізації. Тому уряд з 2014 р. розпочав реформу в межах чинної Конституції.

За минулий час удалося сформувати та прийняти основний пакет нового законодавства, також були впроваджені першочергові законодавчі ініціативи. Були прийняті закони про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України. Завдяки цим змінам відбулася фінансова децентралізація: місцеві бюджети за останні роки зросли на 165,4 млрд грн: із 68,6 млрд грн у 2014 р. до 234 млрд грн у 2018 р. [6].

Наступним кроком стало прийняття у 2015 р. Закону «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [7], завдяки якому вдалося розпочати формування спроможного базового рівня місцевого самоврядування. З 2015 по 2018 р. в Україні було створено 878 об'єднаних територіальних громад (ОТГ) [8]. До складу цих ОТГ увійшли понад 4 тис. колишніх місцевих рад, у яких проживають близько 9 млн осіб. Такі темпи міжмуниципальної консолідації міжнародні експерти називають дуже високими. Закон також запровадив інститут старост в ОТГ, які представляють інтереси сільських мешканців у раді громади. У 2018 р. об'єднані громади отримали в комунальну власність майже 1,5 млн га земель сільськогосподарського призначення за межами населених пунктів.

У 2014–2015 рр. було прийнято ще два важливих закони в рамках реформи децентралізації. Перший – це Закон «Про співробітництво територіальних громад» [9], яким створено механізм вирішення спільних проблем громад: утилізації та переробки сміття, розвитку спільної інфраструктури тощо. Завдяки цьому кроку на кінець 2018 р. реалізується вже 325 договорів про співробітництво, а цим механізмом скористалися 975 громад [8].

Другий – це Закон «Про засади державної регіональної політики» [10]. Після його прийняття державна підтримка регіонального розвитку та розвитку інфраструктури громад зросла у 39 разів: з 0,5 млрд грн у 2014 р. до 19,37 млрд грн у 2018 р. За рахунок цієї підтримки в регіонах та громадах реалізовано у 2015–2018 рр. понад 10 тис. проєктів [8].

Додатковий фінансовий ресурс місцеві бюджети отримали завдяки прийняттю пакету законів щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування та оптимізації надання адміністративних послуг. Нова законодавча база значно посилила мотивацію до міжмуниципальної консолідації в країні, створила належні правові

умови та механізми для формування спроможних територіальних громад сіл, селищ, міст, що об'єднують свої зусилля у вирішенні нагальних проблем.

Другий етап децентралізації заплановано провести в Україні у 2019–2021 рр. Підтримка реформи децентралізації в Україні визначена одним із пріоритетних завдань, що сприятиме розвитку місцевого самоуправління і економічному розвитку країни. У грудні 2019 р. зроблено суттєвий крок у цьому напрямі: Президентом внесений законопроект № 2598 «Про внесення змін до Конституції України (щодо децентралізації влади)» [11]. Цим законопроектом визначено, що систему адміністративно-територіального устрою України становлять такі адміністративно-територіальні одиниці: громади, округи, області, АР Крим. Громада є первинною одиницею у системі адміністративно-територіального устрою України. Проте існує думка, що дані кроки посилять централізацію в країні і не призведуть до очікуваного результату [12].

Цьогоріч спостерігається позитивна динаміка наповнення місцевих бюджетів: за 10 місяців 2019 р. вони заробили втричі більше, ніж за весь 2014 р., – 224,3 млрд грн проти 68,6 млрд грн. За даними Мінфіну, якщо порівнювати з доходами січня-жовтня 2018 р., то побачимо, що у поточному році до місцевих бюджетів надійшло майже на 35 млрд грн більше [13]. Упроваджуючи бюджетну децентралізацію, держава залишила на рівні міст обласного значення та ОТГ 60% ПДФО. Це заохочує громади створювати нові робочі місця, проте є недостатнім для формування спроможної фінансової бази для виконання власних повноважень.

Отже, внаслідок реформи бюджетної децентралізації в Україні відбулися такі позитивні зміни:

- міжтериторіальне вирівнювання відбувається не по видатках, а по доходах, з урахуванням індексу податкоспроможності територій за двома базовими податками: податком на доходи фізичних осіб та податком на прибуток;

- якщо громада отримала більше доходів, ніж середній показник доходів по країні, то перераховує у центральний бюджет не 100%, а половину, а другу половину залишає собі;

- якщо громада отримала менше доходів, ніж середній показник доходів по країні, то отримує 80% від додаткової потреби, а інші 20% повинна заробити сама. Цим стимулюється фінансова ініціатива та ліквідується зрівнялівка;

- збільшилися деякі місцеві надходження: закріплено за громадами 25% екологічного податку, 100% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів, 100% єдиного податку, 100% податку на майно (нерухомість, земля, транспорт), деякі ресурсні платежі.

У ході реформи спроможні громади отримали більш широкі повноваження, ресурси і

відповідальність, а завдяки змінам у законодавстві збільшився й перелік послуг, які можуть надаватися на місцях. За підтримки донорських програм в ОТГ починають відкриватися сучасні центри надання адміністративних послуг (ЦНАПи) – приміщення, де за принципом «єдиного вікна» можна отримати необхідні адміністративні послуги. У реалізації відкриття ЦНАПів в ОТГ часто сприяють міжнародні донори та програми, такі як Представництво Європейського Союзу в Україні, «U-LEAD з Європою», USAID тощо [8].

За даними дослідження, опублікованого в 2019 р. Київським міжнародним інститутом соціології, 58% жителів України переконані, що реформа децентралізації потрібна, серед жителів ОТГ цей показник сягнув 63%. Також 73% опитаних заявили, що вони помітили позитивні зміни у своєму населеному пункті після об'єднання в ОТГ [14].

Шляхом аналітичного розрахунку відносних фінансових показників – коефіцієнтів та їх порівняння, оцінимо інший бік реформи бюджетної децентралізації в Україні. Розрахуємо коефіцієнти бюджетної централізації та бюджетної децентралізації. Коефіцієнт бюджетної централізації розраховується як відношення видатків державного бюджету разом з офіційними трансфертами місцевим бюджетам до загальної суми видатків зведеного бюджету України за відповідний рік. Коефіцієнт бюджетної децентралізації розраховується як відношення власних видатків місцевих бюджетів без суми офіційних трансфертів з державного бюджету до загальної суми видатків зведеного бюджету України за відповідний рік.

Однією з основних ознак надмірної централізації міжбюджетних відносин в Україні є дотаційність абсолютної більшості місцевих бюджетів. Статистичні дані свідчать, що з державного бюджету за період 2003–2018 рр. фінансувалося понад 74% усіх бюджетних видатків (включаючи надані місцевим бюджетам офіційні трансферти) (табл. 1). Причому цей відсоток із часом лише зростав, досягаючи в окремі роки 83%.

Аналізуючи дані таблиці, можна сказати, що з фінансового боку проведення реформи децентралізації не дало очікуваного результату, оскільки коефіцієнти бюджетної децентралізації та централізації протягом багатьох останніх років залишилися майже незмінними. Отже, виходячи з результатів аналізу, надалі потрібно діяти в напрямі зменшення трансфертів із центрального бюджету шляхом передання додаткових власних джерел доходів та фіскальних повноважень на місцевий рівень.

Ураховуючи вищевикладений аналіз та з метою зміцнення фінансової бази місцевих територіальних громад, вважаємо, що подальшими кроками в напрямі проведення реформи децентралізації в Україні повинні стати такі:

Таблиця 1

Аналіз структури фактичного виконання видатків зведеного бюджету України, млрд грн

Рік	Зведений бюджет	Державний бюджет	Місцеві бюджети (без трансфертів з Державного бюджету)	Коефіцієнт бюджетної централізації	Коефіцієнт бюджетної децентралізації
2003	75,8	56,1	19,7	0,74	0,26
2004	102,2	81,7	20,5	0,80	0,20
2005	144,6	117,0	27,6	0,81	0,19
2006	183,6	146,9	36,7	0,78	0,20
2007	234,9	180,4	54,5	0,77	0,23
2008	325,6	258,4	67,2	0,79	0,21
2009	314,8	252,1	62,7	0,80	0,20
2010	345,5	274,6	70,9	0,80	0,20
2011	430,6	354,7	75,9	0,82	0,18
2012	478,9	390,7	88,2	0,82	0,18
2013	483,4	391,1	92,3	0,81	0,19
2014	494,2	405,2	89,0	0,82	0,18
2015	720,4	599,9	120,5	0,83	0,17
2016	877,1	706,5	170,6	0,81	0,19
2017	1 136,8	907,3	229,5	0,80	0,20
2018	1 323,1	1 060,9	262,2	0,80	0,20

Джерело: складено за [6]

1) закріплення 100% податку на доходи фізичних осіб за місцевими бюджетами (зараз 25% надходять до державного бюджету);

2) закріплення частини податку на додану вартість із вироблених в Україні товарів, виконаних робіт, наданих послуг (до 50% залежно від регіону) за місцевими бюджетами;

3) поступове скасування освітньої та медичної субвенцій, оскільки ці витрати будуть фінансуватися за рахунок додатково закріплених за громадами податків;

4) надання прав територіальній громаді самостійно встановлювати нові місцеві податки і збори;

5) надання більших повноважень органам місцевого самоврядування у прийнятті рішень щодо місцевих запозичень;

6) законодавче запровадження механізму місцевих референдумів та прийняття найважливіших рішень управлінського, соціального, фінансового, культурного характеру територіальною громадою через цей механізм;

7) удосконалення законодавчої бази в частині стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, створення нових підприємств та фізичних осіб – підприємців.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у процесі дослідження уточнено, що бюджетна децентралізація – це часткове або повне перенесення деяких повноважень та функцій щодо мобілізації, розподілу та використання фінансових ресурсів із центрального рівня управління на рівень адміністративно-територіальних одиниць. Перевагою бюджетної децентралізації є сприяння нарощуванню фінансового потенціалу

територіальних громад та регіонів, залученню додаткових інвестицій та активізації підприємництва, що, нарешті, забезпечить соціально-економічне зростання певних територій.

В Україні з 2014 р. проводиться реформа децентралізації. За підсумками першого її етапу (2014–2018 рр.) прийнято низку законів, які сформували основний пакет нового законодавства щодо реформи, а також були прийняті зміни до Бюджетного та Податкового кодексів України. Завдяки цим змінам місцеві бюджети збільшилися з 68,6 млрд грн у 2014 р. до 234 млрд грн у 2018 р.

Проте проведення реформи децентралізації поки що не дало очікуваного результату в напрямі зменшення залежності місцевого самоврядування від трансфертів центрального уряду, оскільки частка власних доходів місцевих бюджетів протягом останніх років майже не збільшилася. Отже, виходячи із проведеного аналізу та зроблених висновків, потрібно діяти в напрямі зменшення трансфертів із центрального бюджету шляхом передачі додаткових власних джерел доходів та фіскальних повноважень на місцевий рівень.

Бюджетна децентралізація є основною умовою децентралізації влади, становлення ефективної системи місцевих фінансів, дієвим засобом регулювання регіонального розвитку країни. Реформування бюджетної системи шляхом децентралізації стимулює регіони до фінансової автономії, пошуку додаткових фінансових джерел на місцях, активізації збільшення власного потенціалу регіонів, ефективного і цільового використання бюджетних коштів, збалансування потреби на фінансові ресурси з реальними можливостями регіонів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 10.12.2019).
2. Холлис Г., Плоккер К. На пути к демократической децентрализации: перестройка региональных и местных органов власти в новой Европе / Европейская экспертная служба по программе «Тасис». Брюссель, 1995. 328 с.
3. Бондаренко А.І. Вплив держави на формування місцевих бюджетів у країнах Європи. *Теорія та практика державного управління*. 2010. Вип. 4. С. 185–192. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2010_4_30 (дата звернення: 10.12.2019).
4. Європейська хартія місцевого самоврядування. База даних «Законодавство України». URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036 (дата звернення: 10.12.2019).
5. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади : Розпорядження КМУ від 1.04.2014 № 333-р. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80/stru> (дата звернення: 10.12.2019).
6. Бюджет України: статистичні дані. *Ціна держави*. URL : <http://cost.ua/budget/revenue/> (дата звернення: 10.12.2019).
7. Про добровільне об'єднання територіальних громад : Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii> (дата звернення: 10.12.2019).
8. Про реформу. Децентралізація дає можливості. URL : <https://decentralization.gov.ua/about> (дата звернення: 10.12.2019).
9. Про співробітництво територіальних громад : Закон України від 17.06.2014 № 1508-VII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18> (дата звернення: 10.12.2019).
10. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 05.02.2015 № 156-VIII. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (дата звернення: 10.12.2019).
11. Проект закону про внесення змін до Конституції України (щодо децентралізації влади) від 13.12.2019 № 2598. База даних «Законодавство України». URL : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67644 (дата звернення: 10.11.2019).
12. Лозинський Р. Які зміни вносять до Конституції – для централізації чи дестабілізації? *Українська правда*. 2019. 26 грудня. URL : <https://www.pravda.com.ua/columns/2019/12/26/7235885/> (дата звернення: 26.12.2019).
13. Open budget. *Державний вебпортал бюджету для громадян*. URL : <https://openbudget.gov.ua/?month=9&year=2019&budgetType=LOCAL> (дата звернення: 10.12.2019).
14. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати четвертої хвилі соціологічного дослідження : аналітичний звіт. URL : https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20191103_decentralisation/decentr_ukr.pdf (дата звернення: 10.11.2019).

REFERENCES:

1. Pro Stratehiiu staloho rozvytku «Ukraina – 2020. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 12.01.2015 r. № 5/2015. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (accessed 10 December 2019).
2. Khollys H., Plokker K. (1995) *Na puti k demokraticheskoy detsentralizatsii: perestroyka regionalnyih i mestnyih organov vlasti v novoy Evrope*. [On a way to democratic decentralization: alteration of regional and local government bodies in new Europe]. Brussels: Evrop. ekspertn. cluzhba po programme Tasis. (in Russian)
3. Bondarenko A.I. (2010) Vplyv derzhavy na formuvannia mistsevykh biudzhativ u krainakh Yevropy [The influence of the state on the formation of local budgets in European countries] *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, vol. 4, pp. 185-192. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2010_4_30 (accessed 10 December 2019).
4. Yevropeiska khartiia mistsevoho samovriadvannia. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036 (accessed 10 December 2019).
5. Pro skhvalennia Kontseptsii reformuvannia mistsevoho samovriadvannia ta terytorialnoi orhanyzatsii vlady. Rozporiadzhennia KМУ vid 1.04.2014 r. № 333-r. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80/stru> (accessed 10 December 2019).
6. Biudzheth Ukrainy: statystychni dani. Tsina derzhavy. Available at: <http://cost.ua/budget/revenue/> (accessed 10 December 2019).
7. Pro dobrovilne obiednannia terytorialnykh hromad. Zakon Ukrainy vid 5.02.2015 r. № 157-VIII. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii> (accessed 10 December 2019).
8. Pro reformu. Detsentralizatsiia daie mozhlyvosti. Available at: <https://decentralization.gov.ua/about> (accessed 10 December 2019).
9. Pro spivrobotnytstvo terytorialnykh hromad. Zakon Ukrainy vid 17.06.2014 r. № 1508-VII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18> (accessed 10 December 2019).
10. Pro zasady derzhavnoi rehionalnoi polityky. Zakon Ukrainy vid 5.02.2015 r. № 156-VIII. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (accessed 10 December 2019).
11. Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do Konstytutsii Ukrainy (shchodo detsentralizatsii vlady) vid 13.12.2019 r. # 2598. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. Available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67644 (accessed 10 December 2019).
12. Lozynskyi R. (2019) Yaki zminy vnosiat do Konstytutsii – dlia tsentralizatsii chy destabilizatsii

sii? [What changes do they make to the Constitution – for centralization or destabilization?] *Ukrainska pravda* [Ukrainian truth] 26 december. Available at: <https://www.pravda.com.ua/columns/2019/12/26/7235885/> (accessed 10 December 2019).

13. Open budget. Derzhavnyi veb-portal biudzhetu dlia hromadian. Available at: <https://openbudget.gov.ua/>

?month=9&year=2019&budgetType=LOCAL (accessed 10 December 2019).

14. Detsentralizatsiia ta reforma mistsevoho samovriadvannia: rezultaty chetvertoi khvyli sotsiologichnoho doslidzhennia. Analitychnyi zvit. Available at: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20191103_decentralisation/decentr_ukr.pdf (accessed 10 December 2019).

ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ – ГЕНЕРАТОР ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ

FINANCIAL ENGINEERING – GENERATOR OF FINANCIAL INNOVATIONS

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-57>**Мусієнко В.О.**к.т.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетикиТа управління економічною безпекою
Харківський національний університет
радіоелектроніки**Зінченко М.Е.**магістр
Харківський національний університет
радіоелектроніки**Musiienko Victoriaia**Kharkiv National University
of Radioelectronics**Zinchenko Maryna**Kharkiv National University
of Radioelectronics

Статтю присвячено опису нового напрямку ринку фінансових інновацій – фінансового інжинірингу. Протягом останніх десятиліть нововведення у фінансовій сфері асоціюються з фінансовим інжинірингом. Актуальність розгляду та вивчення фінансового інжинірингу зумовлена безперервним розвитком економіки та фінансових відносин як на рівні окремих фірм, так і на рівні держав. Проведено дослідження економічної сутності фінансового інжинірингу, виділено його сегменти і характерні риси. Проведено аналіз та уточнено визначення поняття «фінансовий інжиніринг», що дало змогу виділити його основні елементи та дослідити сферу застосування. Проаналізовано та систематизовано функції фінансового інжинірингу. Узагальнено та систематизовано напрями впровадження інноваційних фінансових продуктів та інструментів. Досліджено економічну сутність формування фінансових інновацій та запропоновано структурну схему процесу створення фінансових інновацій. Визначено проблеми та перспективи розвитку фінансового інжинірингу на українському ринку.

Ключові слова: фінансовий інжиніринг, економіка знань, функції фінансового інжинірингу, фінансова інновація, інноваційні фінансові інструменти, банківський інжиніринг.

Стаття посвячена описанию нового направления рынка финансовых иннова-

ций – финансового инжиниринга. В течение последних десятилетий нововведения в финансовой сфере ассоциируются с финансовым инжинирингом. Актуальность рассмотрения и изучения финансового инжиниринга обусловлена непрерывным развитием экономики и финансовых отношений как на уровне отдельных фирм, так и на уровне государств. Проведено исследование экономической сущности финансового инжиниринга, выделены его сегменты и характерные черты. Проведен анализ и уточнено определение понятия «финансовый инжиниринг», что позволило выделить его основные элементы и исследовать область применения. Проанализированы и систематизированы функции финансового инжиниринга. Обобщены и систематизированы направления внедрения инновационных финансовых продуктов и инструментов. Исследована экономическая сущность формирования финансовых инноваций и предложена структурная схема процесса создания финансовых инноваций. Определены проблемы и перспективы развития финансового инжиниринга на украинском рынке.

Ключевые слова: финансовый инжиниринг, экономика знаний, функции финансового инжиниринга, финансовая инновация, инновационные финансовые инструменты, банковский инжиниринг.

The article is devoted to the description of a new direction of the financial innovation market – financial engineering. Over the past decades, innovations in the financial sector have always been associated with financial engineering. The relevance of the consideration and study of financial engineering is due to the constant development of the economy and financial relations both at the level of individual firms and at the state level. At the firm level, there is a need to protect and reduce financial risks, and at the state level, with the help of financial engineering, rapid economic development is possible. In conditions of a dynamic external environment, the use of financial engineering tools is a prerequisite for solving the financial problems of economic entities, ensuring their competitiveness, the formation of effective financial strategies, and stimulating economic growth. The economic essence of financial engineering is investigated, its segments and characteristic features are distinguished. The analysis is carried out and the definition of the concept of «financial engineering» is clarified, which made it possible to identify its main elements and explore its scope. The functions of financial engineering are analyzed and systematized. The directions of introducing innovative financial products and tools are summarized and systematized. The essence of the concept of «financial innovation» and its characteristics are disclosed. It is shown that the main markets that are recipients of financial engineering tools are the stock market, the banking services market, the derivatives market, and corporate finance. The economic essence of the formation of financial innovations is investigated and a structural diagram of the process of creating financial innovations is proposed. The problems and prospects for the development of financial engineering in the Ukrainian market are identified. The following research methods were used in the work: theoretical generalization – to substantiate the main provisions of the definition of «financial engineering»; analysis and synthesis – to highlight the main directions of implementation of financial innovations; classification – to systematize the functions of financial engineering.

Key words: financial engineering, knowledge economy, functions of financial engineering, financial innovation, innovative financial instruments, banking engineering.

Постановка проблеми. Функціонування фінансової сфери суспільства в сучасних умовах зумовлене необхідністю постійно знаходити баланс між трьома складниками інвестицій у будь-який актив: ризикованістю, дохідністю, ліквідністю [1, с. 34].

Постійний пошук нових шляхів максимізації прибутків та мінімізації витрат властивий не тільки господарській діяльності, а й фінансовому аспекту економічної діяльності.

Постійне збільшення обсягів циркулюючого у світовій економіці капіталу, особливо фіктивної його частини, наближає ситуацію на фінансових ринках до умов досконалої конкуренції, коли прибутки учасників мінімальні, а продукти фактично стандартизовані [2, с. 456].

За такого стану речей необхідний постійний пошук нових ідей, які дадуть змогу створити нові продукти, які краще задовольняють потреби суб'єктів економіки, а отже, дають можливість для вилучення великих прибутків.

Фінансовий інжиніринг є цим творчим, новаторським проявом діяльності професіоналів фінансової сфери. Створення нових продуктів, інструментів, послуг дає змогу займати нові, перспективні ніші ринків та збільшувати частки на існуючих.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями вивчення фінансового інжинірингу займалися такі українські та зарубіжні науковці, як: О.В. Абакуменко [3], Ф. Блек, Ю.І. Капелінський [4], М.П. Крітцман, Т. Коупленд, С. Майєрс,

Ю.С. Масленченков [5], Р. Мертон, А.М. Мороз, С. Росс, О.М. Сохацька [6], Д.А. Тімошин, Дж. Фінерті [7] та ін.

Проте економічна сутність фінансового інжинірингу, дієвість його інструментів та методів, визначення сфер застосування є недостатньо теоретично обґрунтованими.

Актуальність розгляду і вивчення фінансового інжинірингу зумовлена безперервним розвитком економіки та фінансових відносин як на рівні окремих фірм, так і на рівні держав. На жаль, у нашій країні ще законодавчо не закріплені положення про фінансовий інжиніринг, що заважає його вільному та широкому розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення та уточнення поняття «фінансовий інжиніринг», розкриття економічної сутності та побудова структури процесу створення фінансових інновацій, дослідження та систематизація функцій, напрямів упровадження фінансового інжинірингу, аналіз проблем та перспектив розвитку фінансового інжинірингу на українському ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток сучасних знань є одним з основних важелів прискорення економічного та соціального розвитку країни.

В основі сучасного економічного зростання лежить науково-технічний прогрес. Ті країни, які прийняли цей факт як керівництво до дії, сьогодні процвітають, а інші фактично змушені платити власникам нових технологій інтелектуальну ренту.

Економічне зростання безпосередньо залежить від науково-технічних досліджень у перспективних напрямках та нових технологіях, що визначають великі структурні зрушення в традиційних галузях промисловості.

Значне зростання ВВП можна отримати за наявності набору чинників: інфраструктури, кваліфікованого менеджменту, ефективних фінансових інструментів, досконалої та ефективної законодавчої бази.

Економічна політика відіграє ключову роль у розвитку інноваційного процесу, а інновації та поширення знань вимагають міцної наукової бази та системи науково-дослідних кластерів, в яких розробляються нові ідеї, нові форми співпраці наукового та виробничого секторів.

Інновації набувають усе більшого значення для сталого економічного розвитку як на мікроекономічному, так і на макроекономічному рівні, оскільки дають можливість підприємствам відповідати на більш складні вимоги замовників, випереджати конкурентів на внутрішньому та міжнародному ринках.

У сучасному суспільстві стає дуже популярним поняття «економіка знань», що викликано процесами трансформації суспільства у цілому та

економіки зокрема, що відбуваються в розвинених державах [8].

Теорія подібного розвитку економіки передбачає, що саме людські знання, а не товар або виробництво, лежать в основі економічних процесів, що відбуваються в розвиненому суспільстві, саме знання стають рушійною силою розвитку суспільства [9].

Активний розвиток інформаційних технологій робить можливість вільного приросту знань, полегшуючи до них доступ, даючи змогу користуватися ними в різних сферах життя.

Фінансовий ринок працює з інноваціями, що зумовлює необхідність додавання його в процес переходу економіки до якісно нового шляху розвитку, заснованого на знаннях. У такому динамічному середовищі, щоб залишатися конкурентоспроможною установою, потрібно постійно генерувати нові знання. Таку можливість надає фінансовий інжиніринг.

Термін «фінансовий інжиніринг» уперше з'явився у фінансовій літературі в кінці 1980-х років. До цього часу вже зміцнилися ринки похідних фінансових інструментів, а також отримали широке поширення різні інноваційні види фінансових інструментів [6, с. 328].

У фінансовому інжинірингу виділяють чотири сегменти [1, с. 164]:

- розроблення та виконання спекулятивних стратегій під час торгівлі цінними паперами;
- похідні фінансові інструменти;
- інноваційні банківські продукти;
- управління ризиками.

Узагальнюючи характерні риси появи та розвитку, аналізуючи різні підходи до визначення сутності поняття «фінансовий інжиніринг», авторами було уточнено визначення цього поняття, що дало змогу виділити його основні елементи та дослідити напрями впровадження фінансових інновацій. Отже, фінансовий інжиніринг можна розглядати як інноваційний процес створення фінансових продуктів та інструментів, що забезпечують задоволення фінансових потреб економічних суб'єктів та функціонування фінансової системи.

Основними елементами цього визначення є інноваційний процес, фінансові продукти та інструменти. Під фінансовим продуктом можна розуміти певну споживчу вартість, яка характеризується істотними властивостями фінансів, що викликає попит та пропозицію і, відповідно, призначену як товар для купівлі-продажу. Фінансові продукти в ході їх реалізації через певні механізми взаємодії учасників фінансових ринків виступають фінансовими інструментами [10].

Фінансовий інструмент – це будь-який договір, у результаті якого одночасно виникають фінансовий актив у однієї компанії та фінансове зобов'язання або пайовий інструмент – у іншій [10].

Інноваційний процес – це сукупність послідовних дій із перетворення наукового знання на нововведення [1, с. 374].

Розвиток фінансового інжинірингу залежить від досягнень наукового прогресу як у сфері інформаційних технологій, так і в інших сферах (нові можливості призводять до нових викликів, у тому числі у фінансовій сфері, де збільшення невизначеності призводить до збільшення ризиків, які фінансовий інжиніринг покликаний нівелювати).

Фінансовому інжинірингу притаманна низка функцій. Сьогодні в економічній літературі немає єдиного підходу до їх визначення. Пропонована класифікація акцентує увагу на загальноекономічних та прикладних функціях фінансового інжинірингу.

Загальноекономічні та прикладні функції фінансового інжинірингу представлено на рис 1.

Головна економічна функція фінансового інжинірингу – створення капіталу та забезпечення його руху. Саме вона має істотне значення для сучасного етапу розвитку соціально-економічного прогресу.

Прикладні функції фінансового інжинірингу полягають:

- в управлінні ризиками (захисна, функція хеджування). Мається на увазі захист заощаджень та накопичень, інвестованих в об'єкти фінансового ринку, у тому числі від знецінення, спричиненого інфляцією та інших видів ризику;

- в управлінні фінансами компаній. Мається на увазі забезпечення прийняттого співвідношення надходжень і витрат грошових ресурсів з урахуванням фактора часу та ризику на основі створення/вдосконалення фінансових інструментів (послуг, технологій).

Напрями впровадження фінансових інновацій представлено на рис. 2.

У фінансовому інжинірингу поняття фінансових інструментів є ключовим.

Розроблення нових фінансових інструментів, тобто «фінансова інновація» як поняття, означає [12, с. 103]:

- якісний стрибок в уявленнях. Це вид творчості, який призводить до появи зовсім нової, революційної технології, наприклад своп, перший

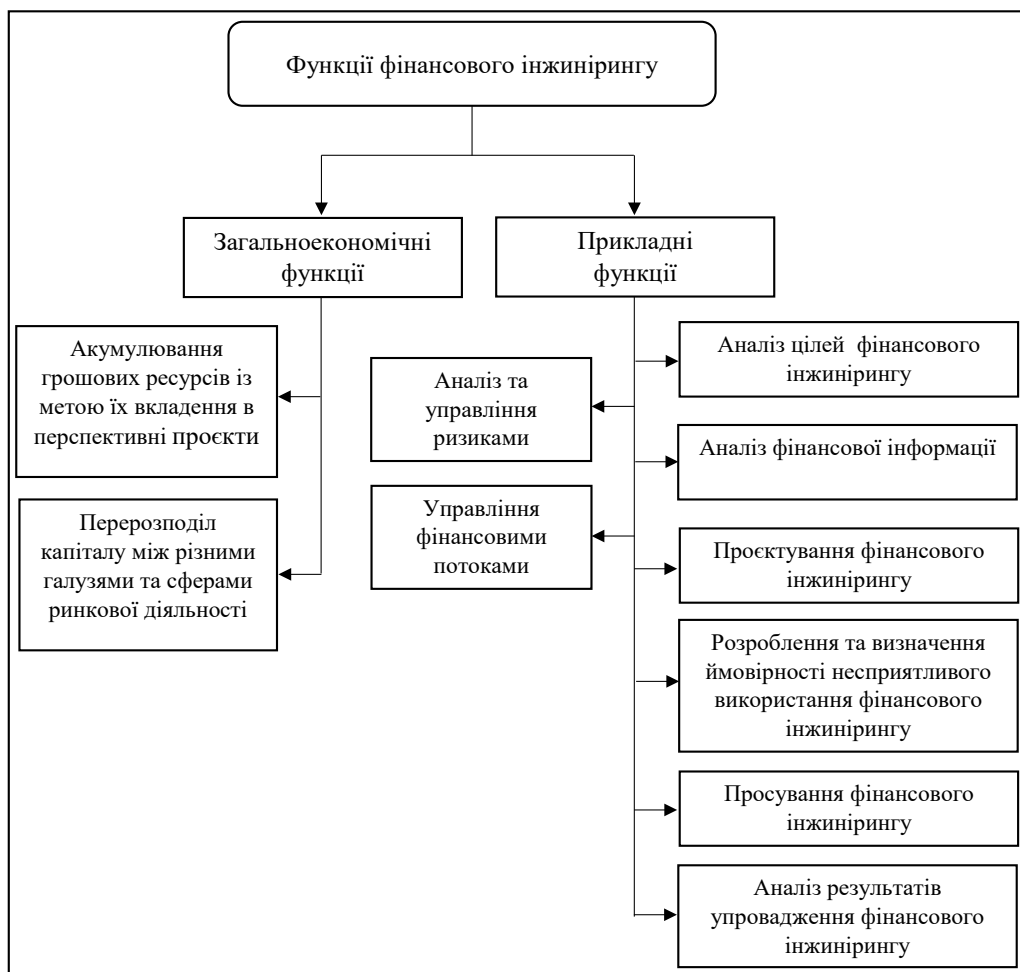


Рис. 1. Функції фінансового інжинірингу

Джерело: побудовано авторами на основі [6; 11]

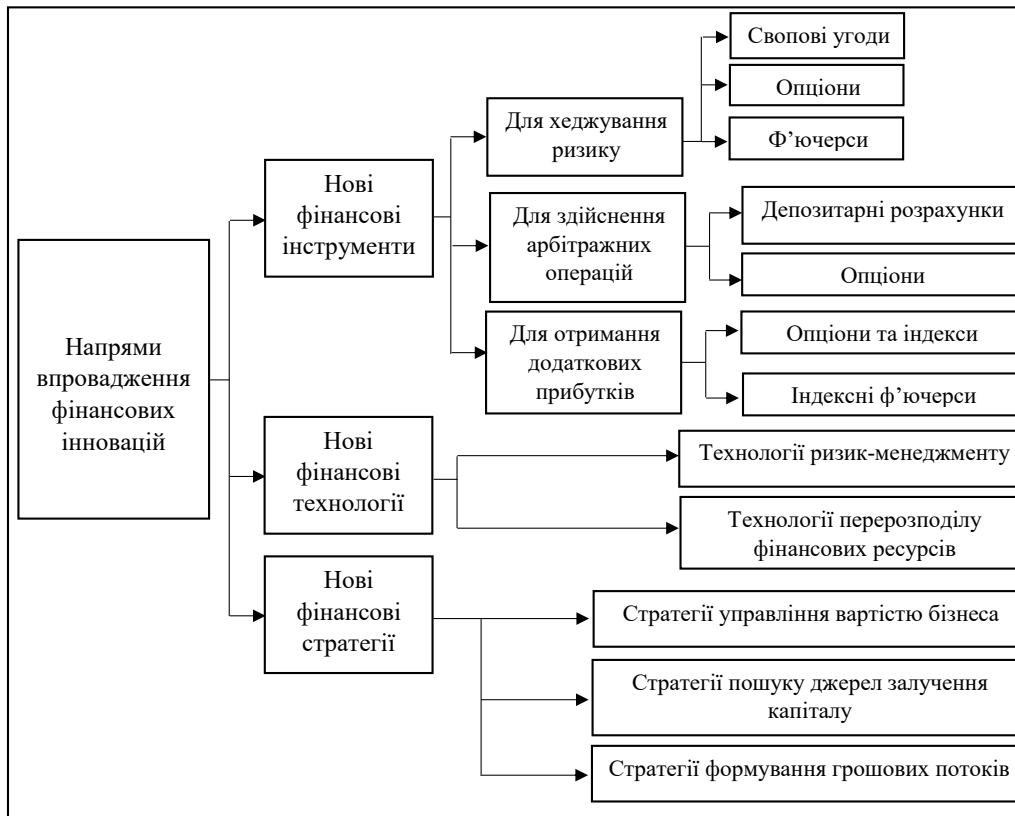


Рис. 2. Напрями впровадження фінансових інновацій

Джерело: побудовано авторами на основі [1; 6; 11]

інструмент на основі пулу іпотек, перша облігація з нульовим купоном або застосування «сміттєвих» облігацій для фінансування викупу;

– новий метод у використанні вже відомої ідеї. Прикладом такої творчості служить розширення сфери контрактів на торгівлю товарами та фінансовими інструментами, які раніше не використовувалися на ф'ючерсних майданчиках, уведення нових варіантів свопів або створення нових типів взаємних фондів;

– об'єднання наявних технологій або процесів для створення інструменту, пристосованого до конкретної ситуації. Прикладом є випадки застосування вже існуючих інструментів для зменшення фінансового ризику фірми, зниження вартості її фінансування, отримання користі від деяких наявних особливостей бухгалтерського обліку і податкового законодавства або з метою використання неефективностей ринку.

Поява одних інновацій стає основою для формування потреби в ще не створених продуктах фінансового інжинірингу – і цей процес безперервний.

Ітерація безперервного циклу фінансового інжинірингу представлена на рис. 3.

Із розвитком фінансового ринку набір фінансових інструментів постійно поповнюється новими інструментами. Фінансові інновації, або

інноваційні фінансові інструменти, виникають у відповідь на запити клієнтів щодо розв'язання проблем управління фінансами. Інноваційні фінансові інструменти використовуються як для управління грошовими потоками, так і для управління фінансовими ризиками, які суттєво виростили в умовах нестабільності на сучасних фінансових ринках.

Фінансовий інжиніринг, підкріплений новими технічними можливостями, здатний запропонувати нові рішення, які допомагають суб'єктам економіки зменшити ризики невідповідності активів та пасивів за параметрами прибутковості та ліквідності, що допомагає їм із більшою впевненістю вести свою діяльність [13].

Не тільки нові фінансові продукти стають основою стабільного розвитку, але саме вони, будучи грамотно застосовані, дають змогу знизити вплив невизначеностей.

Дослідження економічної сутності фінансового інжинірингу, визначення його дієвих механізмів доцільно проводити через призму сфер фінансової системи, на які орієнтовані інструменти фінансового інжинірингу [14]. Отже, ранжування поглядів зарубіжних та вітчизняних учених за значимістю фінансового інжинірингу дало змогу виділити основні галузі, які є найбільшими реципієнтами даного наукового напрямку. До таких галузей відносяться банківська система, фондовий ринок,

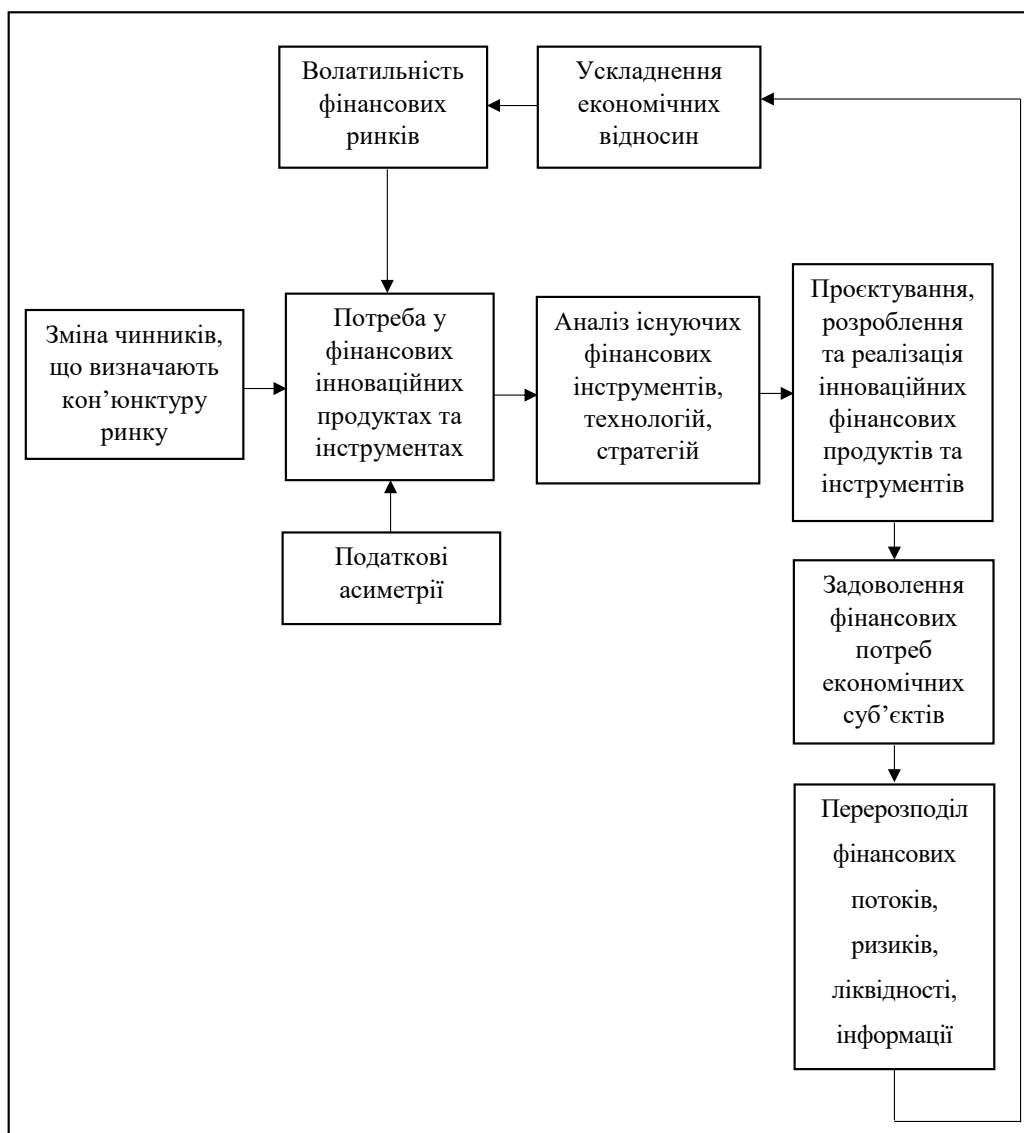


Рис. 3. Ітерація безперервного циклу фінансового інжинірингу

Джерело: побудовано авторами

ринок термінових деривативів та корпоративні фінанси.

Фінансові інновації тісно прив'язані до національного ринку. Те, що в західному світі давно знаходиться в обігу, ще тільки приходить на український ринок.

Перехідний характер української економіки, її високі ризики за дефіциту інвестицій та проблемного фінансового сектору підкреслюють, що фінансовий інжиніринг повинен супроводжувати кожен крок розвитку ринку цінних паперів, посилення його інвестиційного потенціалу, запровадження на ринок нових фінансових продуктів [15].

Разом із тим немає єдності в розумінні змісту, інструментарію та методів фінансового інжинірингу. Відсутні загально визнані методики фінансового інжинірингу, які б дали змогу використовувати його у фондовому бізнесі та в розвитку

регулятивної інфраструктури українського ринку цінних паперів.

Слід, однак, відзначити, що структура українських фінансових продуктів ніколи не буде дзеркально копіювати вже існуючий західний аналог у силу особливостей законодавства.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, на основі аналізу теоретичних підходів до визначення сутності фінансового інжинірингу зроблено висновок про актуальність даного напрямку. Використання засобів фінансового інжинірингу є необхідною умовою вирішення фінансових проблем економічних суб'єктів, формування ефективних фінансових стратегій забезпечення конкурентоспроможності в умовах динамічності зовнішнього середовища.

На основі узагальнюючих характерних рис появи та розвитку фінансового інжинірингу у

дослідженні запропоновано авторське визначення фінансового інжинірингу, яке створює підґрунтя для визначення напрямів упровадження фінансових інновацій в економіку.

Оскільки сьогодні в економічній літературі немає єдиного підходу до визначення функцій фінансового інжинірингу, запропоновано класифікацію, яка виділяє загальноекономічні та прикладні функції фінансового інжинірингу.

У роботі проаналізовано та запропоновано структурну схему процесу створення фінансових інновацій та представлено напрями їх упровадження.

До тих пір, поки в економічній сфері суспільства буде існувати потенціал для отримання додаткових прибутків за рахунок оптимального співвідношення параметрів ризику, ліквідності та прибутковості, фінансовий інжиніринг буде генерувати нові ідеї для згладжування та використання ринкових недосконалостей. Оскільки економіка не є статичною системою, можливості для реалізації цих ідей будуть з'являтися невпинно, як із новими циклічними підйомами, так і з неминучими циклічними спадами.

Український фінансовий ринок, на жаль, відстає від розвинених країн за рівнем розвитку інноваційних інструментів та технологій. Однак це створює лише додаткові спонукальні мотиви для українських фахівців до того, щоб звернути увагу на інноваційну діяльність у фінансовій сфері – фінансові інновації, які здатні зіграти значну роль у розвитку українського фінансового ринку та економіки у цілому.

Таким чином, інноваційна діяльність на українському фінансовому ринку має величезний нерелізований потенціал. Цей потенціал особливо значущий у зв'язку з тим, що міжнародна практика багата готовими інноваційними розробками, які довели свою ефективність. Іншими словами, українські фахівці мають на руках готовий набір інструментів, адаптація яких до українських умов може принести безперечну користь вітчизняній економіці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 483 с.
2. Ван Хорн Джеймс С. Основы финансового менеджмента / пер. с англ. О. Пелявского. Москва : Вильямс, 2018. 1232 с.
3. Абакуменко О.В. Сутність та механізм фінансового інжинірингу. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 1. С. 125–126.
4. Капелинский Ю.И. Теоретические аспекты финансового инжиниринга с использованием ценных бумаг. *Банковские услуги*. 1998. № 3. С. 10–14.
5. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке. Технология финансо-

вого менеджмента клиента. Москва : Перспектива, 1997. 214 с.

6. Сохацька О.М., Гаврилук-Єнсен Л.В., Олейко В.М. Фінансовий інжиніринг : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2011. 660 с.

7. Финнерти Дж.И., Ли Ч.Ф. Финансы корпораций: теория, методы и практика. Москва : ИНФРА-М, 2000. 686 с.

8. Стояненко І.В. Формування економіки знань як реальність та необхідність сьогодення. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1230> (дата звернення: 17.11.2019).

9. Хусайнов Р.В., Янченко А.Ю., Руденко М.М. Економіка знань: сутність, складові, специфіка. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/124.pdf> (дата звернення: 17.11.2019).

10. Аюпов А.А. Экономическая сущность финансового инжиниринга как основы конструирования и моделирования инновационных финансовых продуктов. URL : https://kpfu.ru/docs/F930815902/Auo_st7.pdf (дата звернення: 21.10.2019).

11. Величкін В.О., Тимошенко М.В. Фінансовий інжиніринг: навчальний посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2019. 124 с.

12. Глущенко О.В. Фінансовий інжиніринг: інновації та загрози. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=544> (дата звернення: 25.10.2019).

13. Кандинская О.А. Управление финансовыми рисками: поиск оптимальной стратегии. Москва : Консалтбанкир, 2001. 272 с.

14. Котькалова-Литвин І.В. Фінансовий інжиніринг як драйвер світової фінансової системи. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3057> (дата звернення: 18.10.2019).

15. Баторшина А.Ф. Перспективи розвитку фінансового інжинірингу в Україні та світі. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=882> (дата звернення: 20.10.2019).

REFERENCES:

1. Kovalenko L. O., Remnova L. M. (2008) *Finansovyi menedzhment: navch. posibnyk* [Financial Management]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
2. Van Khorn Dzheyms S. (2018) *Osnovy finansovogo menedzhmenta* [Fundamentals of Financial Management] / perev. s angl. O. Pelyavskiy. Moscow: Vil'yams. (in Russian)
3. Abakumenko O. V. (2007) Sutnist ta mekhanizm finansovoho inzhynirynhu [The essence and mechanism of financial engineering]. *Aktualni problemy ekonomiky*. vol. 1. pp. 125–126. (in Ukrainian)
4. Kapelinskiy Yu. I. (1998) Teoreticheskie aspekty finansovogo inzhiniringa s ispol'zovaniem tsennykh bumag [Theoretical aspects of financial engineering using securities]. *Bankovskie uslugi*. vol. 3. pp. 10–14. (in Russian)
5. Maslenchenkov Yu. S. (1997) *Finansovyy menedzhment v kommercheskom banke. Tekhnologiya finansovogo menedzhmenta klienta* [Financial management in a commercial bank. Client financial management technology]. Moscow: Perspektiva. (in Russian)
6. Sokhatska O. M., Havryliuk-Yensen L. V., Oleiko V. M. (2011) *Finansovyi inzhynirynh: navch.*

posibnyk [Financial Engineering]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)

7. Finnerti Dzh. I., Li Ch. F. (2000) *Finansy korporatsiy: teoriya, metody i praktika* [Corporate Finance: theory, methods and practice]. Moscow: INFRA-M. (in Russian)

8. Stoianenko I. V. *Formuvannia ekonomiky znan yak realnist ta neobkhdnist sohodennia* [Formation of knowledge economy as reality and necessity of today]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1230> (accessed 17 November 2019).

9. Khusainov R. V., Yanchenko A. Y., Rudenko M. M. *Ekonomiky znan: sutnist, skladovi, spetsyfika* [Knowledge economies: essence, components, specificity]. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/124.pdf> (accessed 17 November 2019).

10. Ayupov A. A. *Ekonomicheskaya sushchnost' finansovogo inzhiniringa kak osnovy konstruirovaniya i modelirovaniya innovatsionnykh finansovykh produktov* [The economic essence of financial engineering as the basis for the design and modeling of innovative financial

products]. Available at: https://kpfu.ru/docs/F930815902/Auo_st7.pdf (accessed 21 November 2019).

11. Velychkin V. O., Tymoshenko M. V. (2019) *Finansovyi inzhynirynh: navch. posibnyk* [Financial Engineering]. Dnipro: Universytet mytnoi spravy ta finansiv. (in Ukrainian)

12. Hlushchenko O. V. *Finansovyi inzhynirynh: innovatsii ta zahrozy* [Financial Engineering: innovation and threats]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=544> (accessed 25 November 2019).

13. Kandinskaya O. A. (2001) *Upravlenie finansovymi riskami: poisk optimal'noy strategii* [Financial risk management: finding the right strategist]. Moscow: Izdatel'stvo AO «Konsaltbankir». (in Russian)

14. Kotkalova-Lytvyn I. V. *Finansovyi inzhynirynh yak draiver svitovoi finansovoi systemy* [Financial engineering as a driver of the global financial system]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3057> (accessed 18 November 2019).

15. Koval'ev A. (2007) *Bankovskiy inzhiniring – novyy mir finansov* [Banking engineering – a new world of finance]. *Finansovyy direktor*. vol. 5, pp. 15–22. (in Russian)

ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

REMOTE SERVICE IN THE BANKING SYSTEM

У статті розглянуто поняття дистанційного обслуговування клієнтів банку, його класифікацію та етапи розвитку. Представлено аналітичний нарис застосування та використання дистанційних інструментів у банківській системі України. Успішний економічний розвиток держави неможливий без добре розвинутої банківської системи, на стан якої впливає як внутрішня економічна і політична ситуація, так і зміни світової банківської системи. Ці зміни є наслідком глибоких макроекономічних процесів у світовій економіці (інтеграція, лібералізація, різкий науково-технічний підйом), і вони зачіпають усі банки незалежно від рівня їхнього розвитку. Одними з основних особливостей сучасної вітчизняної банківської системи є стрімкий розвиток комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, упровадження мережевих пристроїв, що скорочує час обробки інформації, дає змогу провести комплексну автоматизацію діяльності, розробити механізми дистанційного обслуговування клієнтів і запропонувати новий асортимент послуг.

Ключові слова: дистанційне обслуговування, банківська система, онлайн-технології, Інтернет-банкінг, мобільний банкінг, телебанкінг, банківські послуги, банківське обслуговування.

классификация и этапы развития. Представлен аналитический очерк применения и использования дистанционных инструментов в банковской системе Украины. Успешное экономическое развитие государства невозможно без хорошо развитой банковской системы, на состояние которой влияет как внутренняя экономическая и политическая ситуация, так и изменения в мировой банковской системе. Эти изменения являются следствием глубоких макроэкономических процессов в мировой экономике (интеграция, либерализация, резкий научно-технический подъем), и они затрагивают все банки независимо от уровня их развития. Одними из основных особенностей современной отечественной банковской системы является стремительное развитие компьютерных и телекоммуникационных технологий, внедрение сетевых устройств, что сокращает время обработки информации, позволяет провести комплексную автоматизацию деятельности, разработать механизмы дистанционного обслуживания клиентов и предложить новый ассортимент услуг.

Ключевые слова: дистанционное обслуживание, банковская система, онлайн-технологии, Интернет-банкнинг, мобильный банкнинг, телебанкнинг, банковские услуги, банковское обслуживание.

УДК 336.71:330

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-58>

Руда О.Л.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Вінницький національний аграрний
університет

Ruda Oksana

Vinnitsia National Agrarian University

В статье рассмотрены понятие дистанционного обслуживания клиентов банка, его

The article deals with the concept of "remote customer service of the bank" its classification and stages of development. We also presented an analytical sketch of the use and use of remote instruments in the banking system of Ukraine. Successful economic development of the country is impossible without a well-developed banking system, which is affected by both the internal economic and political situation and changes in the world banking system. These changes are the result of deep macroeconomic processes in the world economy (integration, liberalization, sharp scientific and technological upswing) and they affect all banks, regardless of their level of development. One of the main features of the modern domestic banking system is the rapid development of computer and telecommunication technologies, the introduction of network devices, which reduces the time of information processing, allows comprehensive automation of activities, develop mechanisms for remote customer service and offer a new range of services. The development of remote banking services is aimed at reducing cash payments in Ukraine, attracting a large amount of household funds to the banking system. In recent years, the Ukrainian market for remote banking services has not been as rapid as in developed countries. A few years ago, the main service offered by banks in the field of remote services was the Client-Banking service. Gradually, the Client-Banking system was replaced by the Internet-Banking system. Currently, many banking institutions provide these services to clients, others are not used at all or with limited functionality. The development of information and Internet technologies in the banking sector is facilitated by significant competition in this sector of activity. The Internet plays an important role in this respect because it allows to expand the market of services that the client can use significantly, taking into account all types of remote services or Internet banking. In the face of intense competition, banks are forced to seek new ways to attract customers, and the Internet is an area where they can attract interested in the use of remote banking technologies, thus improving its implementation and development in Ukraine. In view of this, the development and implementation of high-tech remote services for the dynamic development of the banking products market are becoming an important part of the strategy of development of financial institutions of Ukraine.

Key words: remote service, banking system, online technologies, Internet banking, mobile banking, telecommunication, banking services, banking services.

Постановка проблеми. Дослідження даної теми зумовлено підвищенням інтересом до дистанційного обслуговування, збільшенням кількості банків, які надають послуги дистанційного обслуговування, та кількості клієнтів, які користуються дистанційним банківським обслуговуванням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні, економіко-організаційні питання формування ринку дистанційних банківських послуг стали темами дослідження відомих зарубіжних та вітчизняних економістів. Ці проблеми відображено й у вітчизняній науковій літературі, зокрема в дослідженнях Т. Андрійкова, С.В. Афанасьєвої, М.П. Березіної, Г.Л. Белоглазової, О. Вовчак, Л.П. Кролівецької, Л.П. Куракова,

В.О. Лаврушина, В. Марченко, Г.А. Титоренко, В.Г. Тімірясова та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення використання та стан дистанційного обслуговування банківської системи України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах високої динамічності розвитку банківського сектору, де передові технології впроваджують надзвичайно швидко, дистанційне обслуговування банків має велике значення. Постійне збільшення конкуренції в секторі банківського обслуговування примушує банки шукати нові, більш перспективні шляхи підвищення інтенсивної та якісної взаємодії з клієнтами. Використання передових технологій в обслуговуванні дасть змогу

банкам раціонально розподілити свої ресурси, мінімізувати витрати, вдосконалити обслуговування клієнтів і підвищити якість пропонованих банківських послуг, що зумовлює зростання конкурентоздатності банківської системи.

Отже, сутність дистанційного банківського обслуговування полягає у самообслуговуванні клієнтів. Технологія самообслуговування є технологічним видом взаємодії банку з клієнтами, яка дає їм змогу обслуговуватися незалежно від працівника банківського сервісу.

Система дистанційного обслуговування клієнтів банку – це багатофункціональний пакет програмного та апаратного забезпечення, який дає змогу клієнтам банку здійснювати різного роду операції, керувати своїми рахунками в режимі он-лайн та отримувати широкий спектр відповідної фінансової інформації без відвідування банку [6, с. 195].

Основне завдання використання дистанційного банківського обслуговування в банках – можливість використовувати всі інструменти дистанційного обслуговування, доступність клієнта та одночасне надання банком можливості співпраці з ним, здійснення фінансовими та сервісними операціями клієнтом зі своїми продуктами, наявними в банку, і це обов'язково має бути в будь-яких країнах світу.

Основна суть дистанційного обслуговування полягає у самообслуговуванні клієнта переважно через системи онлайн-банкінгу: Інтернет-банкінгу (Internet banking), мобільного банкінгу (mobile banking, m-banking), телебанкінгу (telebanking) тощо [8, с. 194].

Онлайн-технології дають змогу значно зекономити для банку фінансові ресурси за рахунок значного зменшення витрат на оренду й обслуговування приміщення, зменшення кількості персоналу і, відповідно, зменшення витрат на оплату праці.

Також використання дистанційних систем дистрибуції банківських продуктів дає змогу охопити ширший сегмент клієнтів, необмежений географічним розташуванням банківської установи.

Засобами доступу клієнта до дистанційного банківського обслуговування є:

- мобільний телефон;
- персональний комп'ютер;
- смартфон;
- банкомат [3].

Найважливішим елементом є автоматизована комп'ютерна система.

Переваги використання системи дистанційного банківського обслуговування:

Зручність. Автоматизація процесу підготовки розрахункових та інших документів, а також наявність програмного контролю поза відвідуванням банку.

Простота. Автоматизація процесу підготовки розрахункових та інших документів, а також наявність програмного контролю щодо заповнення обов'язкових реквізитів у документах значно спрощує процес формування документів і дає змогу мінімізувати операційні помилки [1, с. 186].

Безпека системи дистанційного банківського обслуговування дає змогу збільшити безпеку і конфіденційність документообігу з банком; у будь-який момент отримати виписку, яка містить інформацію про всі вхідні та вихідні документи та іншу інформацію про стан рахунку без відвідування банку.

Комбінування традиційного та дистанційного обслуговування дає змогу максимально захопити ринок та задовольнити фінансові потреби різних верств населення, оскільки значна частина клієнтів, особливо похилого віку, надає перевагу традиційному обслуговуванню, тоді як молодь частіше вибирає дистанційне. Щоб узагальнити різницю між традиційним та дистанційним банківським обслуговуванням, розглянемо основні їх відмінності, перелік яких наведено в табл. 1.

Отже, дистанційне банківське обслуговування має велике значення у сучасному економічному середовищі.

Історично першою з'явилася система дистанційного банківництва, яка використовує телефон. Перші досліди з упровадження систем віддаленого доступу були проведені західними банками у 80-х роках. Їх системи вдосконалювалися паралельно розвитку цифрового зв'язку і комп'ютеризації [2, с. 107].

Одним із перших банків, що запровадив у себе систему віддаленого доступу, був англійський National Westminster Bank. Клієнт телефонував у банк по телефону і в режимі реального часу міг здійснювати найпростіші операції: робити перекази за рахунками всередині банку, купувати і продавати іноземну валюту, здійснювати стандартні платежі. Система забезпечувала клієнту доступ до управління рахунком за допомогою п'ятизначного коду і давала можливість здійснювати перекази між двома рахунками всередині банку та оплачувати рахунки. Незважаючи на явний консерватизм і прихильність традиціям, англійські банки в умовах жорсткої конкуренції шукали й активно впроваджували нові форми роботи з клієнтом.

Дистанційне банківське обслуговування класифікують за таким видами (рис. 1).

Система «Клієнт-банк» – форма банківського обслуговування клієнтів, яка побудована на використанні інформаційних технологій, що забезпечує клієнтам можливість дистанційного отримання фінансової інформації та управління банківськими рахунками [5, с. 30].

Дуже часто підключення до послуги «клієнт-банк» відбувається за таким сценарієм: для підключення до послуги клієнт оформлює відповідну

заяву на підключення до послуги. Для оформлення послуги представник клієнта повинен мати при собі заяву з підписом керівника і печаткою клієнта. Після ідентифікації клієнта та оформлення заяви послуга активується.

Після оформлення послуги банк здійснює установку, настройку програмного забезпечення СЕП

«клієнт-банк» та навчання клієнтів роботі з послугою. Банк надає клієнту «майстер-ключ» (пакет ініціалізації системи криптозахисту), який дає клієнту змогу сформувавши для своїх співробітників ЕЦП (електронний цифровий підпис) для роботи з послугою. Клієнт за допомогою «майстер-ключа» створює ЕЦП «ключ супервізора» і «ключ-підпис».

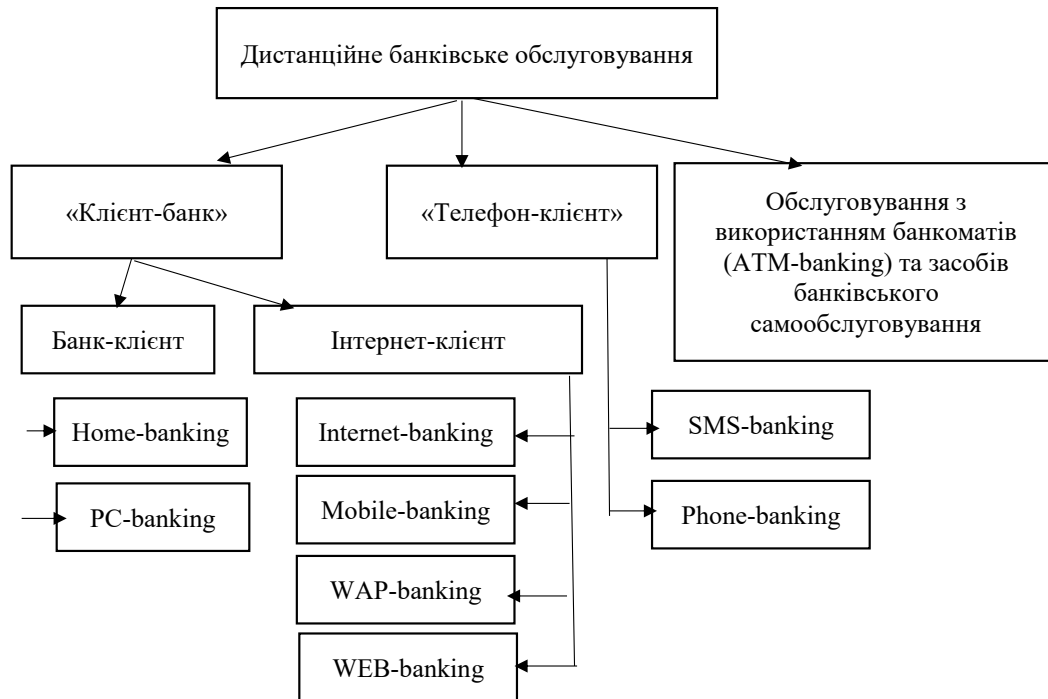


Рис. 1. Види дистанційного банківського обслуговування

Джерело: складено за [3]

Таблиця 1

Основні відмінності між різними видами банківського обслуговування

№	Ознаки	Традиційна	Дистанційна
1	Часові рамки здійснення обслуговування	Обмежені. Обслуговування здійснюється в чітко установлений час	Необмежені. Можливість цілодобового доступу
2	Швидкість обслуговування	Залежить від кваліфікації та досвіду співробітника банку	Швидкість обслуговування миттєва
3	Підхід до обслуговування	Гнучкий, проте обмежується невеликим різновидом каналів обслуговування	Гнучкий та здійснюється через будь-який зручний для клієнта канал
4	Вартість обслуговування	Висока, враховуючи витрати банку на утримання персоналу та відділень	Низька, досить часто послуги надаються безкоштовно
5	Масштаби обслуговування	Обмежені розгалуженістю філіальної мережі та кадровим забезпеченням	Необмежені, можуть виходити за рамки географічного розташування банківської установи
6	Статус операціоніста в процесі обслуговування	Функції операціоніста виконує співробітник банку	Функції операціоніста виконує клієнт банку
7	Порядок ознайомлення з новими послугами та акціями	Потребує часу та затрат на рекламу	Здійснюється оперативно, через sms- та email-розсилку
8	Витратна компонента функціонування системи обслуговування	Ключовими є статті на утримання персоналу та відділень	Ключовими є статті на придбання й утримання серверів і на програмний комплекс

Джерело: складено за [3]

Щоб система «Клієнт-банк» ефективно працювала, використовують різні програмні комплекси: для клієнта і для банку [7, с. 90].

Система електронних платежів «Інтернет-банкінг» надає клієнтам – юридичним особам та фізичним особам – підприємцям можливість віддалено, в мережі Інтернет, управляти своїми поточними рахунками, відкритими в банку. Послуга дає клієнтам змогу: переглядати залишки та виписки за попередній банківський день за поточними рахунками; формувати електронні платіжні документи в національній та іноземній валютах; формувати заявки на придбання і продаж валюти; вести довідник контрагентів, який клієнт може використовувати для формування платіжних документів; експортувати дані із СЕП «Інтернет-банкінг» в інші комплекси (наприклад, «Бухгалтерію 1С»).

Home-banking – технологія віддаленого доступу до банківського обслуговування. Це одна з найдавніших систем дистанційного обслуговування банку, головна її особливість полягає у тому, що була можливість доєднатися до телевізора й обслуговуватися в банківському обслуговуванні онлайн, називалося це телетекстом. Завдяки цьому клієнти мали змогу розпоряджатися своїми рахунками, не приходючи в банк.

РС-банкінг – це технологія дистанційного банківського обслуговування, що передбачає установку на комп'ютер клієнта відповідного програмного забезпечення. Підключення до відповідного сервера відбувається через мережу Інтернет. Прикладом РС-банкінгу є система «Клієнт-банк».

Інтернет-банкінг – це технологія дистанційного банківського обслуговування, за якої доступ до рахунків і операцій по рахунках надається в будь-який час і з будь-якого комп'ютера, що має доступ до Інтернету. Для виконання операцій використовується браузер, тобто відсутня необхідність установки клієнтської частини програмного забезпечення системи [6, с. 106].

Мобільний банкінг дає змогу клієнтам керувати своїми рахунками за допомогою мобільних пристроїв на базі платформ Android та iOS, отримувати виписки та залишки по рахунках, формувати і контролювати платіжні документи.

Послуга sms-банкінг дає змогу одержувати на мобільний телефон миттєві sms-повідомлення про фінансові операції по поточних і карткових рахунках клієнтів та залишки на них. За бажанням клієнт може задати умови отримання повідомлень: наприклад, отримувати повідомлення тільки за видатковими або тільки за прибутковими операціями, або тільки під час вступу або витрати певних сум (наприклад, про операції на суму лише понад 10 тис грн).

Послуга емейл-банкінг дає змогу отримувати електронною поштою докладні щомісячні виписки по поточних рахунках клієнтів.

WAP-банкінг – це послуга з дистанційного обслуговування клієнтів, яка надає можливість клієнтам, які мають поточний рахунок у банку, у режимі реального часу мати інформаційний доступ до довідкової та фінансової інформації за поточним рахунком, не відвідуючи банк, із будь-якого мобільного телефону за допомогою функції WAP (Wireless Application Protocol) [3].

Телефонний банкінг – це технологія дистанційного банківського обслуговування, яка надає можливість отримувати по телефону інформацію про стан рахунків, пластикових карт і платежів у банку.

Водночас варто наголосити, що телефонний банкінг – це не доступ через контакт або call-центр, а спеціальна програма, яка дає змогу клієнтам здійснювати базові банківські операції за допомогою телефону.

Інформація може передаватися в голосовій формі, а також на факс або адресу електронної пошти [3].

Стратегії, що вибирають українські банки для своєї роботи у соціальних мережах, дуже різняться. Але вже сьогодні можна звернути увагу на декілька спільнот, що створилися навколо сторінок банків та за якими активно слідкують і взаємодіють як клієнти банку, так і потенційні клієнти.

Варто також сказати, про і послуги, які часто використовують клієнти в найбільш популярному виді дистанційного банківського обслуговування, – Інтернет-банкінгу в популярних банках України (рис. 2).

Як видно з рис. 2, найбільшою довірою українців користуються такі банківські послуги, як видача та обслуговування пластикових карт (70%), прийом і оплата платежів (61%), Інтернет-банкінг (53%); інші банківські послуги не користуються такою популярністю, як вищезазначені, та все ж таки частка їх використання також досить значна.

Аналіз показує, що Інтернет-банкінг становить більше половини популярних банківських послуг, що може свідчити про його ефективне впровадження у банківську систему. Інтернет-банкінг є найпопулярнішим видом дистанційного обслуговування, тепер клієнти банків усе частіше ним користуються.

Також важливим є те, що кожен другий клієнт банку за останні півроку здійснював банківські операції за допомогою Інтернет-банкінгу, а кожен четвертий установив додаток банку на свій мобільний пристрій.

Рівень онлайн-розрахунків картками українських банків представлено на рис. 3.

До «електронних» банків України, платіжними картами яких користуються онлайн, можна віднести перш за все ПАТ «КБ «ПриватБанк» – розрахунки онлайн-карткою саме цього банку використовують близько 55% користувачів. На другому місці знаходиться АТ «Райффайзен Банк Аваль» (12%

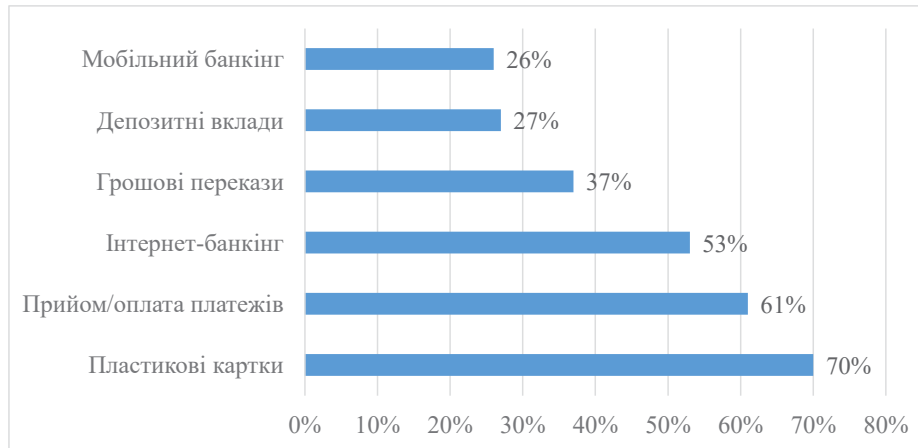


Рис. 2. Найбільш використовувані банківські послуги в Інтернеті [4]

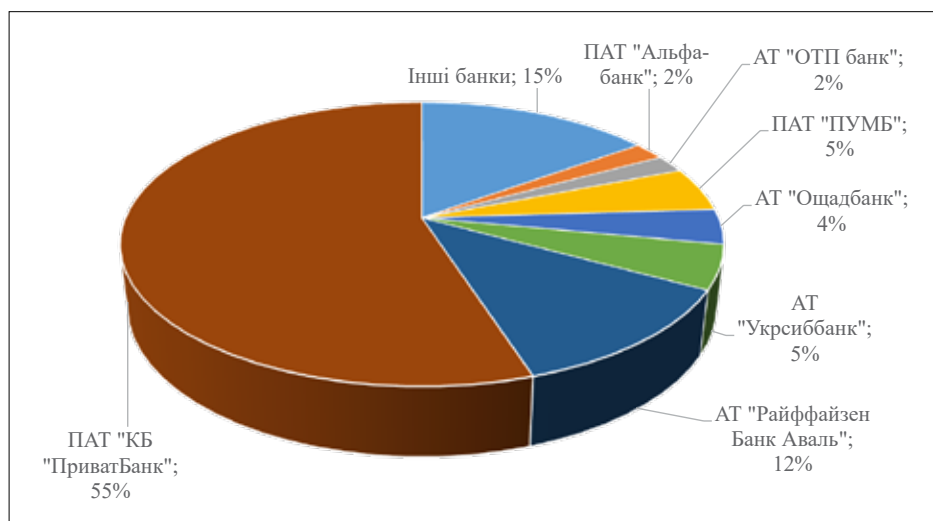


Рис. 3. Рівень онлайн-розрахунків картками українських банків [4]

користувачів), на третьому – АТ «УкрСиббанк» (близько 5% розрахунків картками). У 2017 р. значного розмаху набирають оплати картками АТ «Ощадбанк», що становить 4% користувачів і мають значні перспективи в подальшому розвитку.

Ще 24% користувачів віддають перевагу онлайн-розрахункам картками інших банків України. Порівняємо наші дослідження з офіційними рейтингами НБУ. В Україні на 1 січня 2017 р. працювало 87 банків – членів карткових платіжних систем. За таким показником, як кількість активних платіжних карток, лідером є «ПриватБанк», йому належить більше половини цього ринку – 54%, найближчими його конкурентами є «Ощадбанк» та «Райффайзен Банк Аваль» – 16,7% та 6,6% відповідно, а 22,7% активних платіжних карток належить іншим банкам банківської системи України [4].

Такі лідируючі позиції «ПриватБанку» на ринку платіжних карток багатьох чому можна пояснити добре розвинутою ним інфраструктурою

їх обслуговування. Підкреслимо, що попит на використання сервісів дистанційного банківського обслуговування збільшується з кожним роком.

На нашу думку, така тенденція зумовлена цілою низкою причин, серед яких можна виділити збільшення кількості користувачів мережі Інтернет; зменшення витрат із боку банків на утримання персоналу і часу на обробку запитів користувачів; надання можливості клієнтам скоротити свій час на обслуговування в офісі банку.

Для подолання основних бар'єрів, що гальмують належний рівень організації та більш широкого запровадження Інтернет-банкінгу як одного з основних складників дистанційного обслуговування фінансовими установами та підвищення довіри клієнтів до даного складника системи дистрибуції банківських продуктів, необхідно:

– поліпшити систему гарантування безпечності платежів як для покупців, так і для продавців банківських продуктів;

– поліпшити цивільно-правове регулювання Інтернет-банкінгу;

– створити умови для масового запровадження системи цифрових підписів, які дають змогу безпомилково ідентифікувати особу;

– розробити та запровадити нові нетрадиційні банківські послуги, більш адаптовані до електронного способу надання;

– розробити нові підходи до підготовки висококваліфікованого банківського персоналу. Сьогодні кількість банківських послуг та сервісів постійно збільшується.

Висновки з проведеного дослідження.

Проблеми на шляху розвитку дистанційного банкінгу в Україні дійсно існують, але відсутні також і позитивні тенденції, що й надалі сприятимуть подальшому розвитку нових технологій. Україна не може бути поза процесами, що йдуть у всьому світі, і не може йти якимось іншим шляхом, аніж інші банківські системи світу.

Клієнт повинен одержати послугу там, де це йому вигідно і саме в ту секунду, а не там і тоді, де може банк. Аналіз західного досвіду дасть змогу не зробити помилок, що припускалися у розвитку систем, та розробити власну унікальну, придатну для наших умов систему. Для української банківської системи подібні технології можуть стати трампліном для досягнення світових стандартів. Окрім того, враховуючи недостатній рівень довіри населення до банків та низьку культуру споживання банківських послуг, упровадження сучасних систем обслуговування може привернути увагу населення до банків своєю зручністю, економічністю, швидкістю. Сьогодні ті банки, що не розвиваються у цьому напрямі оперативного, можуть відстати настільки, що ризикують утратити свою привабливість і клієнтів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вахнюк С.В. Перспективи дистанційного обслуговування клієнтів в режимі реального часу для банків України: *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2003. Т. 8. С. 184–188.

2. Кривич Я.М. Поняття банківських інновацій та їх класифікація: *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2007. Вип. 22. С. 104–111.

3. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/lglpdp/2004_29/287_Mindrowa_LG_29.pdf (дата звернення: 25.11.2019).

4. Основні показники діяльності банків України. URL : http://www.bank.gov.ua/Bank_supervision/index.htm. (дата звернення: 26.11.2019).

5. Савелко Т. Теоретичні аспекти ринку банківських послуг України. *Економіка України*. 2007. № 8. С. 27–32.

6. Страхарчук А.Я., Страхарчук В.П. Інформаційні системи і технології в банках : навчальний посібник. Київ : УБС НБУ, Знання, 2010. 515 с.

7. Сторичева С.Б. Теоретичні аспекти банківських інновацій. *Фінанси України*. 2010. № 8. С. 86–96.

8. Файдула М. Дистанційне обслуговування клієнтів банків та його розвиток в Україні. *Банківська система України: стабілізація та драйвери зростання* : матеріали Всеукр. наук. Інтернет-конф. Тернопіль : Вектор, 2017. С. 194–196.

REFERENCES:

1. Vakhnyuk S. V. (2003) Perspektivy dystantsiinoho obsluhovuvannya kliientiv v rezhymi realnogo chasu dlia bankiv Ukrainy [Prospects of remote customer service in real time for Ukrainian banks]. *Problems and prospects of development of Ukrainian banking system Coll. Sciences. T. 8*, Sumy: Mriya-1 GDP Ltd., pp. 184-188.

2. Krivich Ya. M. (2007) Poniattia bankivskykh innovatsii ta yikh klasyfikatsiia [The concept of banking innovations and their classification]. *Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine: Coll. Sciences. Issue 22*. pp. 104-111.

3. Mindrova Z. M. (2004) Problemy ta perspektyvy rozvytku dystantsiinoho bankinhu v Ukraini [Problems and prospects of development of remote banking in Ukraine]. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/lglpdp/2004_29/287_Mindrowa_LG_29.pdf (accessed 25 November 2019)

4. Osnovni pokaznyky diialnosti bankiv Ukrainy [Main indicators of activity of Ukrainian banks]. Available at: http://www.bank.gov.ua/Bank_supervision/index.htm. (accessed on: 11/26/2019)

5. Savelko T. (2007) Teoretychni aspekty rynku bankivskykh posluh Ukrainy [Theoretical aspects of the Ukrainian banking services market]. *Ukraine economy*, no. 8, pp. 27-32.

6. Stakharchuk A. Y., Straharchuk V.P. (2010) Informatsiini systemy i tekhnolohii v bankakh [Information Systems and Technologies in Banks]. Kiev: NBU NBU, Knowledge. (in Ukrainian)

7. Yegoricheva S. B. (2010) Teoretychni aspekty bankivskykh innovatsii [Theoretical aspects of banking innovation]. *Finance of Ukraine*, no. 8, pp. 86-96

8. Fidula M. (2017) Dystantsiine obsluhovuvannya kliientiv bankiv ta yoho rozvytok v Ukraini [Remote Bank Customer Service and its Development in Ukraine]. *Banking System of Ukraine: Stabilization and Growth Drivers: Materials All-Ukrainian. Sciences. Internet Conf, Ternopil: Vector*. pp. 194-196.

ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОВНОВАЖЕНЬ КАЗНАЧЕЙСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

VECTORS OF TRANSFORMATION OF TREASURY AUTHORITIES IN CURRENT CONDITIONS OF LOCAL BUDGET EXECUTION

Статтю присвячено дослідженню організаційних засад функціонування системи казначейського обслуговування виконання місцевих бюджетів. Визначено особливу роль системи казначейства на місцевому рівні виходячи з функціональних повноважень казначейських органів у сучасних умовах. Здійснено аналіз функціонування системи казначейства в умовах технологічних удосконалень. Проведено аналіз виконання місцевих бюджетів за доходами та аналіз надання та погашення позик місцевим бюджетам на покриття тимчасових касових розривів. Проведений аналіз дав змогу дійти висновків щодо появи нових умов організації бюджетного процесу на місцевому рівні завдяки розширенню ресурсної бази місцевих бюджетів та запровадженню нововведень технологічного характеру, які в системі казначейства призводять до значних функціональних змін. Визначено основні вектори трансформації функціональних повноважень, які формують відповідні чинники впливу на організацію бюджетного процесу на місцевому рівні.

Ключові слова: казначейська система, місцеві бюджети, децентралізація, бюджетні доходи, бюджетні видатки.

Стаття посвячена дослідженню організаційних основ функціонування

системи казначейського обслуговування виконання місцевих бюджетів. Определена особая роль системы казначейства на местном уровне исходя из функциональных полномочий казначейских органов в современных условиях. Осуществлен анализ функционирования системы казначейства в условиях технологических усовершенствований. Проведен анализ выполнения местных бюджетов по доходам и анализ предоставления и погашения займов местным бюджетам на покрытие временных кассовых разрывов. Проведенный анализ позволил сделать выводы о появлении новых условий организации бюджетного процесса на местном уровне благодаря расширению ресурсной базы местных бюджетов и внедрению нововведений технологического характера, которые в системе казначейства приводят к значительным функциональным изменениям. Определены основные векторы трансформации функциональных полномочий, которые формируют соответствующие факторы влияния на организацию бюджетного процесса на местном уровне.

Ключевые слова: казначейская система, местные бюджеты, децентрализация, бюджетные доходы, бюджетные расходы.

УДК 336.132.11

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-59>

Савастієва О.М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Savastieieva Oksana

Odessa I.I. Mechnikov National University

The article is devoted to the research of organizational principles of functioning of the system of treasury service of execution of budgets of all levels in the person of the State Treasury Service of Ukraine and its territorial divisions. The special role of the treasury system at the local level, based on the functional powers of the treasury bodies under the current conditions, is also defined. The analysis of the functioning of the Treasury system in the conditions of technological improvements and the use of new information and communication technologies, in particular, due to the transition to remote servicing of spending units and recipients of budget funds. The analysis of implementation of local budgets by income and analysis of granting and repayment of loans to local budgets to cover temporary cash gaps; this made it possible to determine the utmost importance the functioning of the system of treasury servicing of local budgets, taking into account the fact that it depends on the effectiveness of implementation of measures aimed at ensuring the socio-economic development of the territories. It is also found that the growth of the financial base of local budgets, respectively, means an increase in the burden on the treasury service system in part of local budgets. Due to the extension of powers of local authorities, the amount of expenditures is increasing, which imposes on the Treasury bodies the need to pay more attention to the performance of the functions of the state controller when spending budgetary funds. The analysis made it possible to conclude on the emergence of new conditions for the organization of the budget process at the local level by expanding the resource base of local budgets and introducing innovations of a technological nature, which in the treasury system lead to transformation of functions and, as a consequence, change the nature of the involvement of the treasury in the budget process. cause changes in relations with local budget funds. Also, the main vectors for the transformation of functional powers have been identified, which form the relevant factors of influence on the organization of the budget process at the local level.

Key words: treasury system, local budgets, decentralization, budget revenues, budget expenditures.

Постановка проблеми. Збільшення ресурсної бази місцевих бюджетів і розширення можливостей їх наповнення не створюють гарантій для належного виконання завдань, покладених на органи місцевої влади. В умовах сьогодення головне місце належить системі виконання місцевих бюджетів, яка, крім функцій збирання надходжень і здійснення видатків, повинна забезпечувати високий рівень бюджетного менеджменту, оперативність та транспарентність операцій із бюджетними коштами, створювати широкі можливості для отримання оперативної інформації щодо бюджетного процесу, запобігати нецільовому використанню коштів. Казначейство є спеціалізованим державним органом, який здійснює касове виконання бюджетів усіх рівнів, що закріплює за

ним провідне місце у сфері організації суспільних фінансів. Тому актуальності набувають дослідження, пов'язані з визначенням напрямів зміни повноважень казначейських органів у сучасних умовах виконання місцевих бюджетів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасні аспекти та проблемні питання організації системи казначейського обслуговування місцевих бюджетів в Україні досліджено в працях таких вітчизняних науковців і фахівців-практиків, як: С. Булгакова, О. Даневич, А. Лучка, Б. Малиняк, К. Павлюк, В. Стоян, П. Петрашко, О. Чечуліна, С. Юрій та ін. Водночас, незважаючи на ґрунтовність проведених досліджень, залишаються не повною мірою з'ясованими актуальні питання, що стосуються виокремлення основних чинників

впливу на бюджетний процес, що формуються внаслідок змін у сучасній системі організації казначейського обслуговування місцевих бюджетів.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних векторів трансформації повноважень казначейства в сучасних умовах виконання місцевих бюджетів, а також характеристика змін, що відбуваються внаслідок дії чинників впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центральною стадією бюджетного процесу як на державному, так і на місцевому рівні є виконання бюджетів, оскільки на цій стадії відбувається акумуляція бюджетних коштів та здійснюється їх цілеспрямоване витрачання на забезпечення виконання завдань та функцій держави і місцевого самоврядування. Зазначений процес в Україні реалізується завдяки функціонуванню системи казначейського обслуговування виконання бюджетів усіх рівнів в особі Державної казначейської служби України та її територіальних підрозділів на основі діючого законодавства [1].

Діюча система казначейського обслуговування виконання бюджетів в Україні є відображенням глобальних структурних трансформацій у фінансовій сфері. На кожному історичному етапі формування системи казначейства постійно виявлялися нові чинники, що зумовлювали подальшу модернізацію та перманентний процес підвищення ефективності бюджетного менеджменту. За словами Р.О. Савченко, Т.В. Ковальової та І.В. Свиноус, за період розвитку казначейської служби в Україні

функціональні повноваження щодо розрахунково-касового обслуговування розпорядників та одержувачів бюджетних коштів значно розширилися та спрямовані на забезпечення контролю над цільовим спрямуванням бюджетних коштів, прозорі виконання бюджетів усіх рівнів та складання достовірної звітності про виконання бюджетів [2].

Як елемент структурної перебудови фінансових відносин у суспільстві розглядає казначейське обслуговування місцевих бюджетів Д.А. Ковалевич [3]. Схожої думки дотримується К.А. Пилипенко, зазначаючи, що функціонування казначейської системи дає змогу на підставі чітко визначених обсягів реальних потреб найбільш раціонально проводити оптимізацію бюджетних потоків, забезпечити безперервне фінансування учасників бюджетних відносин, зробити процес виконання бюджету за доходами та видатками прозорим й ефективним. За допомогою казначейського механізму обслуговування бюджетних коштів досягається максимально ефективного використання державних фінансів в інтересах усіх членів суспільства [4].

Про важливість ролі системи казначейства на місцевому рівні свідчить кількість розпорядників та одержувачів місцевих бюджетів, що знаходяться на казначейському обслуговуванні станом на 01.01.2020 (рис. 1).

Необхідно зазначити, що функціонування системи казначейства здійснюється в умовах постійних технологічних удосконалень та застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій.

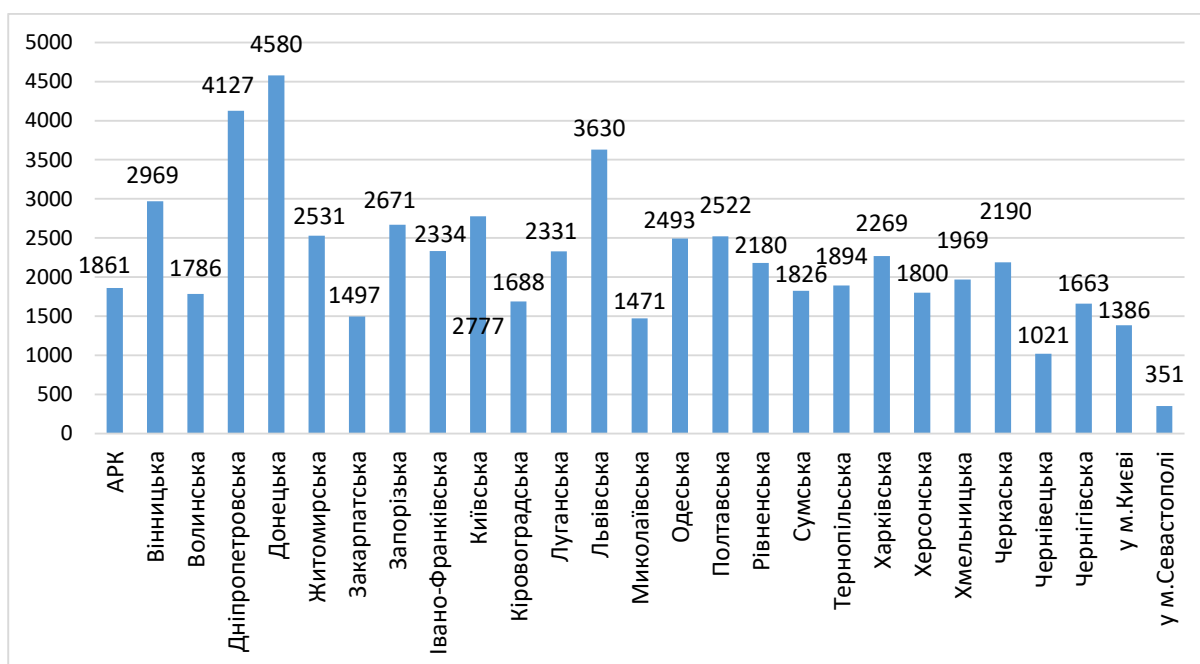


Рис. 1. Кількість розпорядників та одержувачів коштів місцевих бюджетів, що знаходяться на казначейському обслуговуванні

Джерело: складено автором на основі [5]

Як зазначає С.М. Юрій, володіючи унікальною інформаційно-технологічною інфраструктурою, нині лише Казначейство здатне забезпечити комплексне охоплення операцій у секторі державних та місцевих фінансів. Інформаційні системи Казначейства дають змогу робити процес обслуговування бюджетів прозорим і відкритим [6].

Так, в органах казначейства запроваджується система дистанційного обслуговування розпорядників та одержувачів бюджетних коштів через програмно-технічний комплекс «Клієнт Казначейства – Казначейство» [7]. Станом на 01.01.2020 договори на дистанційне розрахункове обслуговування з використанням програмно-технічного комплексу «Клієнт Казначейства – Казначейство» укладено із 37 824 клієнтами [5].

У сучасних умовах децентралізаційних трансформацій від ефективності функціонування системи казначейського обслуговування місцевих бюджетів залежить ефективність реалізації заходів, спрямованих на забезпечення сталого рівня соціально-економічного розвитку територій. Функціонування чинної моделі казначейського обслуговування виконання місцевих бюджетів дало змогу запровадити чітку і прозору систему відносин між казначейськими органами, з одного боку, та розпорядниками коштів місцевих бюджетів – з іншого, яка надає останнім можливість володіння оперативною інформацією про стан виконання кошторисів у режимі реального часу та оперативного формування масиву звітних даних із метою подальшого аналізу та прийняття ефективних управлінських рішень.

Як видно з рис. 2, доходи місцевих бюджетів неухильно зростають. Своєю чергою, зростання фінансової бази місцевих бюджетів, збільшення обсягу доходів означають, відповідно, збільшення навантаження на систему казначейського

обслуговування в частині місцевих бюджетів, що знаходить відображення у значному збільшенні обсягу зобов'язань, які приймають на себе розпорядники та одержувачі бюджетних коштів. У зв'язку з розширенням повноважень органів місцевої влади зростає обсяг видатків, які забезпечують їх виконання, що, відповідно, накладає на органи казначейської служби необхідність підвищення уваги до виконання власних функцій державного контролера під час витрачання бюджетних коштів.

Слід також зазначити, що органи казначейства здійснюють надання позичок органам місцевої влади за рахунок коштів єдиного казначейського рахунку у разі, коли під час виконання місцевих бюджетів виникають тимчасові касові розриви. Відповідну динаміку представлено на рис. 3.

Як видно з діаграми, впродовж 2019 р. казначейськими органами було надано позичок на покриття тимчасових касових розривів у загальній сумі 2 586,0 млн грн, із них, за даними Державної казначейської служби України [5], найбільше користуються позичками районні бюджети та бюджети районів у містах – отримано 811 позичок на суму 1 498,9 млн грн; сільські бюджети отримали 521 позичку на суму 45,0 млн грн; 417 позичок отримали бюджети об'єднаних територіальних громад загальною сумою 412,8 млн грн; міські бюджети отримали 194 позички на суму 629,1 млн грн. Отже, незважаючи на збільшення фінансових ресурсів на місцевому рівні, потреба в позичках упродовж бюджетного періоду, як і раніше, існує; водночас, виходячи з даних діаграми, не спостерігається тенденції до накопичення неповернутих коштів, тобто погашення позичок відбувається своєчасно.

Отже, створення сучасної моделі організації казначейського обслуговування місцевих бюджетів надало можливість сконцентрувати механізм

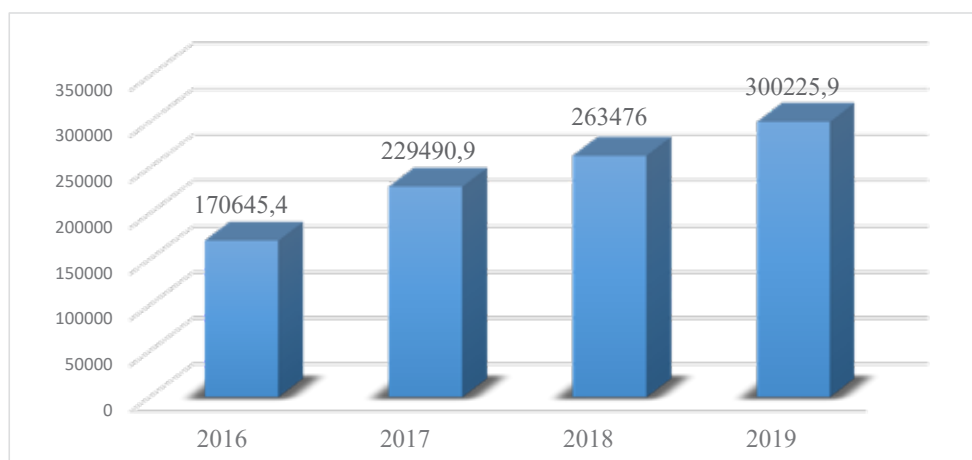


Рис. 2. Динаміка виконання місцевих бюджетів за доходами (без урахування міжбюджетних трансфертів) за 2016–2019 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [5]

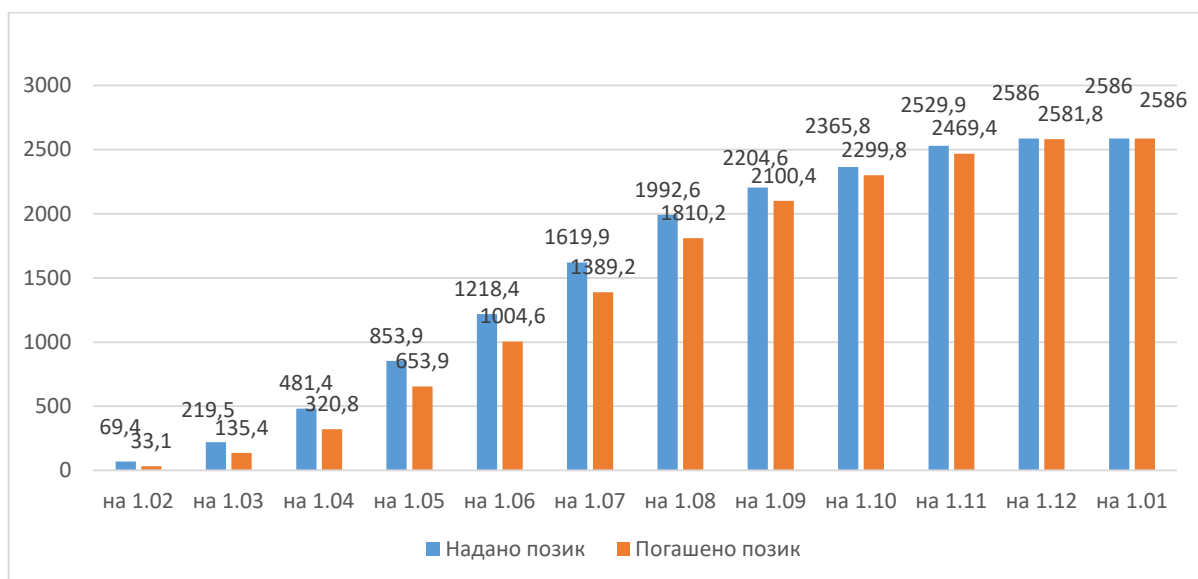


Рис. 3. Динаміка надання та погашення позик місцевим бюджетам на покриття тимчасових касових розривів упродовж 2019 р. (млн грн)

Джерело: побудовано автором на основі [5]

управління бюджетними ресурсами в єдиній системі казначейства; досягти прозорості бюджетних потоків у процесі виконання місцевих бюджетів; здійснювати дієвий контроль на предмет дотримання бюджетного законодавства.

На думку фахівців, використовувана модель казначейського обслуговування місцевих бюджетів сприяє створенню необхідних умов для забезпечення можливості виконання повноважень, покладених на ці бюджети. Органи місцевого самоврядування мають право на прийняття самостійних рішень у межах своєї компетенції під час виконання доходної та видаткової частин затвердженого бюджету, а органи ДКСУ мають повноваження, достатні для контролю над виконанням цих рішень із боку розпорядників бюджетних коштів [8].

Водночас вважаємо за необхідне зазначити, що поява нових умов організації бюджетного процесу на місцевому рівні завдяки реформі децентралізації, розширення ресурсної бази місцевих бюджетів та запровадженні нововведень технологічного та організаційного характеру в системі казначейства призводять до суттєвої трансформації функцій казначейської системи та, як наслідок, змінюють характер діяльності казначейства в бюджетному процесі, сприяють значному розширенню кола завдань, а також викликають зміни у відносинах із розпорядниками коштів місцевих бюджетів. Основні вектори трансформації функціональних повноважень формують відповідні чинники впливу на організацію бюджетного процесу на місцевому рівні (рис. 4).

Необхідно зазначити, що у зв'язку зі змінами умов організації місцевих фінансів виникає необхідність постійного підвищення рівня кваліфікації

співробітників із метою відповідності професійного рівня вимогам, необхідним для здійснення ефективного фінансового контролю.

Окрім того, завдяки дистанційному доступу до рахунків, відкритих на рівні казначейства на ім'я розпорядників, відбувається зменшення кошторисів на утримання установ у зв'язку зі значним скороченням управлінських, трудових та фінансових витрат, пов'язаних із необхідністю обслуговування в системі казначейства.

Також слід зазначити, що сьогодні казначейські органи постають перед необхідністю забезпечення якісної консультаційної та методологічної роботи як на стадії реєстрації договорів із контрагентами, так і на стадії реєстрації первинних документів бухгалтерського обліку, а також із приводу відповідності видатків принципам ефективності, раціональності та цільового використання. Окрім того, розпорядникам коштів потрібні консультаційна допомога та роз'яснення з теоретичних та практичних питань, що стосуються підготовки фінансової звітності (у тому числі консолідованої); з приводу зміни окремих параметрів системи казначейського обслуговування (зміна рахунків для зарахування податків, перехід на новітні стандарти безготівкових розрахунків та ін.). Зазначене особливо актуальне для розпорядників бюджетів новостворених ОТГ, де немає ще необхідного досвіду роботи з казначейством. Це створить фундамент для прийняття виважених, ефективних рішень у сфері управління наявними бюджетними коштами.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у сучасних умовах Державна казначейська служба України як одна з найбільш динамічно функціонуючих державних структур є



Рис. 4. Основні вектори трансформації функціональних повноважень казначейства в сучасних умовах виконання місцевих бюджетів

Джерело: сформовано автором

найважливішим елементом системи управління фінансовими ресурсами органів місцевого самоврядування. Казначейство сьогодні – це, з одного боку, радник та висококваліфікований консультант у питаннях дотримання фінансової дисципліни, а з іншого – досвідчений контролер. Уважаємо, що на базі казначейства необхідно створювати повномасштабні проєкти для підвищення рівня кваліфікації керівних співробітників розпорядників місцевих бюджетів не тільки з метою їх ознайомлення зі змінами процесу обслуговування, а й для підвищення якості та ефективності управління фінансовими ресурсами громади. Окрім того, необхідно організувати участь казначейства у заходах, спрямованих на дослідження та імплементацію найкращих світових практик у сфері казначейського обслуговування місцевих бюджетів в умовах децентралізації відносин між центральним та місцевим рівнями бюджетної системи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Державну казначейську службу України» від 15.04.2015 № 215.

URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/215-2015-%D0%BF> (дата звернення: 25.01.2020).

2. Савченко Р.О., Ковальова Т.В., Свиноус І.В. Казначейське обслуговування розпорядників та одержувачів бюджетних коштів за видатками як одна із головних функцій органів Державної казначейської служби України». *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 2(62). Т. 2. С. 76–83.

3. Ковалевич Д.А. Розвиток казначейського обслуговування бюджетів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 29. Ч. 2. С. 99–102.

4. Пилипенко К.А. Особливості виконання доходів і видатків державного бюджету через органи Державної казначейської служби України. *Modern Economics*. 2018. № 9. С. 73–78.

5. Державна казначейська служба України : офіційний сайт. URL : <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/2018> (дата звернення: 25.01.2020).

6. Юрій С.М. Теоретичні питання інформаційної модернізації казначейського обслуговування бюджетів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2019. Вип. 1. С. 196–204.

7. Савастєєва О.М., Котюк Ю.А. Запровадження дистанційного обслуговування розпорядників бюджетних коштів у системі казначейства. *Фінансові*

аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Одеса, 20–21 листопада 2017 р. Одеса : ОНУ імені І.І. Мечникова, 2017. С. 192–194.

8. Стоян В. Видатки місцевих бюджетів. Проблемні питання обслуговування. *Казна України*. 2011. № 4. С. 24–27.

REFERENCES:

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro Derzhavnu kaznacheisku sluzhbu Ukrainy» vid 15.04.2015r. № 215 [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On approval of the Regulations on the State Treasury Service of Ukraine”]. Available: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/215-2015-%D0%BF> (accessed 14 January 2020).

2. R.O. Savchenko, T.V. Kovalova, I.V. Svyous, (2017) «Kaznacheiske obsluhovuvannia rozporiadnykiv ta oderzhuvachiv biudzhetykh koshtiv za vydatkamy yak odna iz holovnykh funktsii orhaniv Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy» [Treasury servicing of spending and spending units as one of the main functions of the bodies of the State Treasury Service of Ukraine]. *Visnyk ZhNAEU*, no. 2 (62), pp.76-83 (in Ukrainian).

3. D.A. Kovalevych, (2018) «Rozvytok kaznacheiskoho obsluhovuvannia biudzhetyv» [Development of Treasury Budget Service]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 2(29), pp.99-102 (in Ukrainian).

4. K.A. Pylypenko, (2018) «Osoblyvosti vykonania dokhodiv i vydatkiv derzhavnoho biudzhetu cherez orhany Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy» [Peculiarities of Execution of Revenues and Expenditures of the State Budget through the Bodies of the State Treasury Service of Ukraine]. *Modern Economics*, no.9, pp.73-78 (in Ukrainian).

5. Derzhavna kaznacheiska sluzhba Ukrainy: ofitsiyni sait [State Treasury Service of Ukraine: official site]. Available: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/2018> (accessed 14 January 2020).

6. S.M. Iurii, (2019) «Teoretychni pytannia informatychnoi modernizatsii kaznacheiskoho obsluhovuvannia biudzhetyv». [Theoretical Issues of Information Modernization of Treasury Budget Service]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. no.1, pp. 196-204.

7. Savastieieva O.M., Kotiuk Yu.A. (2017) Zaprovdzhennia dystantsiinoho obsluhovuvannia rozporiadnykiv biudzhetykh koshtiv v systemi kaznacheistva [Introducing remote servicing of budget spending units in the Treasury system]. *Finansovi aspekty rozvytku derzhavy, rehioniv ta subiektiv hospodariuvannia: suchasnyi stan ta perspektyvy: Zbirnyk materialiv V Mizhnarodnoi naukovo – praktychnoi konferentsii* (Odessa, November, 20-21). Odessa: ONU imeni I.I. Mechnykova, pp.192-194 (in Ukrainian).

8. V. Stoian, (2011) «Vydatky mistsevykh biudzhetyv. Problemni pytannia obsluhovuvannia». [Local budget expenditures. Problematic maintenance issues]. *Kazna Ukrainy*, no. 4, pp. 24–27. (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

FEATURES OF THE FORMATION OF ELECTRONIC REPORTING SYSTEMS AT UKRAINIAN ENTERPRISES

УДК 657:004

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-60>**Бражнікова Л.М.**

д.е.н., професор кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Гарна С.О.

старший викладач кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Шнурко А.М.

старший викладач кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Brazhnikova Larisa

SHEE "Donbass State Teachers Training University"

Garna Svetlana

SHEE "Donbass State Teachers Training University"

Shnyrko Antonina

SHEE "Donbass State Teachers Training University"

У статті проаналізовано особливості формування системи звітності платниками податків в електронній формі. Наведено перелік як безкоштовних, так і комерційних програмних забезпечень. Висвітлено алгоритм дій отримання платниками податків програмного забезпечення. Виділено відмінності електронного та паперового документообігу, види електронного документообігу та принципи його ведення. Визначено особливості функціонування деяких програмних продуктів, що використовуються для електронного документування. Розглянуто функції сучасних систем електронного документообігу, порядок їх упровадження на підприємствах. Прیدілено увагу порядку нормативно-правового регулювання електронних документів в Україні. Окреслено переваги та недоліки подання звітності в електронній формі за допомогою «Спеціалізованого клієнтського програмного забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності».

Ключові слова: Інтернет, електронний цифровий підпис (ЕЦП), електронний ключ, фінансова звітність, електронна звітність, електронний документообіг.

В статті проаналізовані особливості формування системи звітності на-

логоплательщиками в електронній формі. Приведен перелік як безкоштовних, так і комерційних програм. Освітлено алгоритм дій отримання платниками податків програмного забезпечення. Виділено різниця електронного і паперового документооборота, некоторые види електронного документооборота и принципы его ведения. Определены особенности функционирования некоторых программных продуктов, используемых для электронного документирования. Рассмотрены функции современных систем электронного документооборота, порядок их внедрения на предприятиях. Уделено внимание порядку нормативно-правового регулирования электронных документов в Украине. Определены преимущества и недостатки представления отчетности в электронной форме с помощью «Специализированного клиентского программного обеспечения для формирования и представления отчетности в «Единое окно представления электронной отчетности».

Ключевые слова: Интернет, электронная цифровая подпись (ЭЦП), электронный ключ, финансовая отчетность, электронная отчетность, электронный документооборот.

The article analyzes the main aspects of reporting by taxpayers in electronic form. Here is a list of both free and commercial software. The algorithm of obtaining taxpayers software is illustrated. The advantages and disadvantages of filing reports in electronic form with the help of "Specialized client software for formation and submission of reports to the" Single window of submission of electronic reporting" are outlined. Ways of optimization of this software are offered. To submit electronic tax reporting, the taxpayer must obtain software, enter into a contract for the recognition of electronic documents, receive electronic keys of signatures in accredited key certification centers. Let's consider more components of the electronic submission of tax reporting. To provide electronic reporting to government agencies, special software is needed to create and submit electronic documents. The Fiscal Service of Ukraine offers free programs for tax reporting. With these programs you can generate any tax report and save it in the right format. After that, the electronic digital signature is superimposed on the document, it is encrypted and sent to the tax service by telecommunication means, ie by e-mail. The fiscal service offers the following free software to the payer's choice: Electronic Taxpayer Client, Specialized Client Software for creating and reporting to the Single Window of Electronic Reporting. In order to study the expediency of using free programs, it is worth exploring in detail the features of each. The peculiarities of the functioning of some software products used for electronic documentation are identified. The functions of modern systems of electronic document circulation, the order of their introduction at the enterprises are considered. Attention is paid to the procedure of regulatory regulation of electronic documents in Ukraine. After analyzing the advantages and disadvantages of reporting in electronic form, it should be noted that electronic reporting mainly saves taxpayer time, with the biggest drawback of possible technical problems and when installing commercial software – their cost.

Key words: Internet, electronic signature, electronic key, financial reporting, electronic reporting, electronic document flow.

Постановка проблеми. Формування та подання звітності до різних органів є завершальним етапом облікового процесу на підприємстві та джерелом інформації для прийняття управлінських рішень різними державними структурами. Інформація, що сформована у звітності, може бути оперативно опрацьована у разі її подання в електронній формі через мережу Інтернет. Завдяки програмному забезпеченню можна здійснювати контроль над правильністю заповнення та зіставляти показники різних звітних форм між

собою, виявляючи при цьому недостовірну або ж необ'єктивну інформацію.

Проте й надалі залишається не вирішеною ціла низка проблем, які сповільнюють застосування системи електронної звітності. У зв'язку із цим дослідження теоретичних аспектів та оцінка практичних моментів формування і подання звітності в електронній формі залишаються актуальними та потребують детального вивчення з метою удосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження особливостей

формування та подання звітності в електронній формі зробили українські науковці: О.І. Белянов, С.Ф. Голов, С.В. Івахненко, М.В. Корягін, П.О. Куцик, К.Ф. Лебедева, Л.М. Очеретько, А.І. Сердюк та ін. Незважаючи на плідну працю та значні досягнення у вивченні цього питання, існує багато неузгоджених та невирішених питань щодо формування системи електронної звітності на підприємствах України.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення реальних перспектив та можливостей застосування електронної звітності, а також пошук шляхів її оптимізації на підставі діючої бази оподаткування в Україні. Досягнення зазначеної мети передбачає конкретизацію завдань дослідження, а саме: проаналізувати особливості подання електронної форми звітності; визначити нормативно-правове забезпечення, що регламентує застосування електронної звітності; конкретизувати переваги та недоліки впровадження електронної звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні технології відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, яке функціонує в умовах ринкового середовища, сприяють його розвитку. Широке запровадження цих технологій у практику подання звітності в електронній формі є вимогою часу, а застосування сучасного програмного забезпечення – необхідною умовою оптимізації ресурсів підприємства.

Для спрощення процедури подання і подальшої обробки визначених чинними нормативними документами видів звітності було запроваджено електронну звітність. Останнім часом в Україні створено нормативно-правову базу для ефективного функціонування електронного документообігу, до якої можна віднести: «Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності» [3], Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» [7], Закон України «Про електронні довірчі послуги» [8] та Порядок обміну електронними документами з контролюючими органами [6]. Проте чіткого поняття «електронна звітність» або «електронний звіт» немає. Відповідно до Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», «електронний документ – документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа» [7].

Таким чином, під електронною звітністю розуміють спеціальним чином відформатований файл, зашифрований та підписаний електронним цифровим підписом суб'єкта підприємницької діяльності та надісланий контролюючому органу засобами телекомунікаційного зв'язку, інформація в якому фіксується у вигляді електронних даних з обов'язковими реквізитами. Це одночасно і форма, і спосіб подачі будь-якої звітності.

Підприємства незалежно від форми власності мають можливість подавати електронну звітність практично до всіх державних установ: Державної фіскальної служби України (ДФСУ); Пенсійного фонду України (ПФУ); Державної служби статистики України; Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності України (ФСС із ТВП); Державної служби зайнятості України; Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України та ін. Окрім того, вже найближчим часом до системи приєднаються й інші державні органи (установи, організації).

Електронна звітність до перерахованих вище органів – це реальність, яка все більше входить в сучасний бізнес. Причому тенденція така, що скоро підуть у минуле всі раніше традиційні способи подання звітності на паперовому носії.

У зв'язку зі зростанням кількості звітних документів, органів контролю та часу на підготовку кожного звіту питання автоматизованої підготовки та електронного подання є дійсно актуальним. Зараз в Україні для спрощення процедури подання та подальшої обробки звітності державними органами робляться спроби запровадити за єдиним уніфікованим стандартом програму створення і функціонування автоматизованої системи «Єдине вікно подання електронної звітності».

Проте основним користувачем і замовником електронної звітності є Державна фіскальна служба України, тому електронну звітність, як правило, ототожнюють із податковою звітністю.

Обов'язковість представлення податкової звітності контролюючим органам виключно в електронній формі передбачена лише для платників податків, що відносяться до крупних і середніх підприємств. Інші платники мають право подавати звітність в електронній формі за власним бажанням [5, с. 43].

Для платників податків Фіскальна служба України пропонує безкоштовні програми формування податкової звітності. За допомогою цих програм можна сформуванати будь-який податковий звіт та зберегти його у потрібному форматі. Після цього на документ накладається електронний цифровий підпис, проводиться його шифрування та відправка до податкової служби засобами телекомунікаційного зв'язку, тобто електронною поштою [10, с. 226]. Фіскальна служба пропонує на вибір платникам безкоштовні програмні забезпечення: «Електронний кабінет платника податків», «Спеціалізоване клієнтське програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності». З метою вивчення доцільності користування безкоштовними програмами варто детальніше дослідити особливості кожної.

Для подання електронної звітності платник податку повинен отримати програмне забезпечення, укласти договір про визнання електронних документів, отримати електронні ключі підписів в акредитованих центрах сертифікації ключів [6].

На першому етапі формування та подання електронної звітності необхідно мати комп'ютер з операційною системою Windows: версії від Windows XP SP 3 до Windows 8 та доступ до мережі Інтернет.

Потім необхідно зайти на інформаційний ресурс Акредитованого центру сертифікації ключів Інформаційно-довідкового департаменту Міністерства доходів та ознайомитися з розділом «Реєстрація користувачів». Підготувати за поданням зразком пакет документів та взяти необхідну кількість електронних носіїв (флеш-накопичувачів або диски CD-R), з якими особисто з'явитися до АЦСК ІДД Міністерства доходів із метою отримання послуг електронного цифрового підпису. Послуги ЕЦП для електронної звітності можна отримати в акредитованих центрах сертифікації ключів, з якими Державною фіскальною службою України укладений договір на подання податкової звітності платниками податків із застосуванням електронного цифрового підпису [1].

Щоб розпочати подачу податкової звітності в електронній формі, слід укласти з територіальним органом ДФС договір «Про визнання електронних документів». Це можна зробити в електронній формі. Достатньо лише завантажити інсталяційний пакет «Спеціалізованого клієнтського програмного забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності», яке знаходиться на офіційному вебпорталі у розділі «Електронна звітність». Перш ніж розпочати роботи з установа та користування програмним забезпеченням, слід уважно ознайомитися з Інструкцією з установа та користування програмного забезпечення та Порядком роботи з ним [1].

У разі виникнення питань стосовно інсталяції та користування програмним забезпеченням платник може звернутися за допомогою до відповідальних осіб, які надають консультації із зазначених питань у розрізі територіальних органів.

Після встановлення «Спеціалізованого клієнтського програмного забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності» слід сформувати Договір «Про визнання електронних документів» в електронному вигляді та підписати, використовуючи власний ключ та посиленний сертифікат, сформований АЦСК ІДД Міністерства доходів. Після того як угода з територіальним органом ДФС буде підписана, можна відправляти свою звітність в електронному вигляді [1].

Для формування та подання платниками податкової звітності в електронному вигляді засобами

телекомунікаційного зв'язку Міністерством доходів і зборів розроблено та надано у використання «Спеціалізоване клієнтське програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності» та програмне забезпечення «Системи формування та подання до органів ДПС засобами телекомунікаційного зв'язку податкової звітності» (ОПЗ). Останній програмний засіб дає змогу формувати, але не підписувати сформовану звітність електронним цифровим підписом.

Для підписання сформованої звітності електронним цифровим підписом слід використовувати програмне забезпечення «Спеціалізоване клієнтське програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності», використовуючи власний ключ та посиленний сертифікат, сформований АЦСК ІДД Міністерства доходів.

Сформовану та зашифровану звітність в електронному вигляді слід надсилати на єдину адресу інформаційного порталу Державної фіскальної служби України.

Візуально ЕЦП виглядає як набір цифр. Ці цифри генеруються під час шифрування даного електронного документа на основі його вмісту.

Щоб правильно зашифрувати електронний документ і щоб адресат отримав його, конфіденційно і правильно розшифрував, використовується електронний ключ. Він називається секретним (або закритим, особистим) криптографічним ключем. Цей ключ доступний лише підписантові, зберігається у нього на захищених носіях і нікому іншому не повинен передаватися. До електронного документа має бути дешифратор – криптографічний ключ, який розшифровує документ з ЕЦП. Цей ключ називається відкритим (публічним) ключем.

Тобто закритий і відкритий ключі різні за призначенням, хоча й відносяться до одного підприємства. Ці ключі називають асиметричними і працюють лише в парі. Відкритий ключ теж належить підписантові і передається їм адресатові.

Шифрування і дешифровка ЕЦП за допомогою електронних ключів відбуваються завдяки спеціальному програмному забезпеченню, яке пропонується до використання розробником, – спеціалізованими центрами сертифікації ключів. Тому існує ще один ключ – документ (теж електронний, але який може мати й паперову форму), підтверджуючий правомочність ключа, що згенерував.

Який же із цих ключів сертифікується? Сертифікації підлягає відкритий ключ – той, яким одержувач електронного документа перевіряє на автентичність ЕЦП відправника. При цьому сертифікат може бути як звичайним, так і посиленим (це залежить від статусу центру сертифікації ключів). Якщо необхідний саме посилений сертифікат,

звертаються у спеціально акредитований центр. Для розшифровки ЕЦП до податкової звітності потрібний саме посилений сертифікат [8].

Відповідно до Закону про електронні довірчі послуги, відповідальна особа зобов'язана зберігати особистий ключ та пароль до нього в таємниці, не передавати його іншим особам (навіть за дорученням) [8]. У разі втрати/пошкодження особистого ключа або підозри, що пароль захисту особистого ключа став відомий іншим особам, необхідно терміново звернутися в представництво АЦСК ІДД Державної фіскальної служби, в якому були отримані послуги ЕЦП, для подальшого блокування або відміни посиленого сертифікату ключа.

Зауважимо, що Державна фіскальна служба забезпечує приймання електронних звітів, створених у затверженому форматі та підписаних за допомогою надійних засобів електронного цифрового підпису, без огляду на те, за допомогою якого саме програмного продукту було створено такий звіт.

Платники податків мають право самостійно вибрати програмне забезпечення з формування та подачі звітності в електронному вигляді провідних розробників бухгалтерських програм або використовувати власні програмні продукти.

Беручи до уваги особливості формування системи електронної звітності та враховуючи практичний досвід науковців, можна узагальнити основні переваги системи подачі податкової та бухгалтерської звітності через Інтернет:

- економія робочого часу (немає необхідності стояти в чергах і відвідувати податкову інспекцію для здачі звітності; вся інформація може відправлятися з офісу платника податків в будь-який час доби);

- відсутність дублювання (подання бухгалтерської та податкової звітності в електронному вигляді по телекомунікаційних каналах зв'язку не вимагає дублювання цих документів на паперових носіях);

- запобігання помилкам (під час формування інформації з використанням засобів вихідного контролю платнику податків надається можливість підготувати її, формувати в стандартному форматі з контролем над правильністю заповнення полів форм звітності);

- гарантія оперативного оновлення форматів представлення інформації в електронному вигляді (у разі зміни форм податкових декларацій, бухгалтерської звітності, інших документів або введення нових форм звітності платник податків до встановленого строку подання інформації автоматично отримує можливість оновлення нових версій форматів її подання в електронному вигляді);

- можливість отримання інформаційної виписки (відправивши інформацію в податковий

орган в електронному вигляді по телекомунікаційних каналах зв'язку, платник податків має можливість отримати інформаційну виписку про виконання зобов'язань перед бюджетом різних рівнів (роздруківки з податків), яка передається по каналах зв'язку в зашифрованому вигляді через оператора зв'язку) [4];

- оперативне інформування (платник податків має можливість отримати по електронній пошті інформацію від податкових органів інформацію про зміну: податкового законодавства, бюджетних рахунків, нормативних актів);

- підтвердження доставки звітності (після відправки інформації до податкового органу платнику податків гарантовано надходять підтвердження про її отримання, яка в спірних ситуаціях має юридичну силу);

- конфіденційність (система подання податкової та бухгалтерської звітності в електронному вигляді по телекомунікаційних каналах зв'язку передбачає захист інформації, що міститься в спрямованих документах, від перегляду і коригування);

- підвищення оперативності обробки інформації, виключення технічних помилок (звітність, надіслана до інспекції в електронному вигляді по телекомунікаційних каналах зв'язку, проходить вхідний контроль і розноситься по особових рахунках) [2, с. 137].

Ще однією з переваг подачі електронної звітності є те, що платник, знайшовши помилку, може подавати звіт повторно (кілька разів). Прийнятим буде вважатися останній звіт, отриманий від платника податків. До кінця терміну можна подати звіт й у паперовому вигляді, і якщо це буде останній документ, то саме він і буде вважатися остаточним (усі попередні версії звітного документа незалежно від способу подачі будуть прийняті «до відома»).

Отже, електронна звітність значно полегшує роботу бухгалтерів та гарантує автоматичну перевірку документів на виявлення помилок.

Важливо відзначити, що ми згодні з В.Г. Лопатовським, М.В. Грицаюк [2, с. 137], В.А. Рубейкіним [9, с. 70] щодо існуючих проблемних моментів та чинників, які сповільнюють популяризацію електронної податкової звітності та негативно впливають на впровадження електронної звітності:

- високі вимоги до фахівців, які складають та подають звітність;

- неузгодженість та недосконалість законодавства щодо електронного документообігу;

- нестабільність законодавства з приводу фінансового обліку і звітності, що не дає змоги забезпечити вчасний автоматизований розрахунок окремих форм звітності;

- часто бувають ситуації, коли система не працює через незалежні від підприємства причини,

тобто в системі виникають збої. Платник податків, витративши кошти на придбання програми, ключів, затративши час на підготовку, відправку звіту, змушений подавати його в паперовій формі;

– ризиковано відправляти звітність в останній день терміну подання. За паперової форми подання звітності у звіті ставиться мокрий штамп, що є беззаперечним свідченням здачі звіту;

– відправивши електронний звіт, бухгалтер повинен отримати дві квитанції: першу – про отримання звіту податковою службою, другу – про прийняття або неприйняття звіту із зазначенням причини. Чекаючи підтвердження, працівник бухгалтерії почуває себе невпевнено. Із практики відомі випадки про отримання податковими органами звіту через п'ять, сім днів після його здачі платником податків;

– у договорі про визнання електронної звітності вся відповідальність за подання звітності покладена на платника податків. Податкові органи не несуть жодної відповідальності за те, що у зв'язку зі збоями в електронній системі не прийнято звіт через від'ємні показники прибутку, податку на додану вартість.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, проведеним дослідженням установлено, що з метою вдосконалення взаємовідносин між Державною фіскальною службою і платниками податків в Україні державою створюються максимальні можливості для формування системи електронної звітності. Подання податкової звітності в електронному вигляді має багато переваг як для платників податків, так і для фіскальної служби. Та все ж існують і окремі проблемні елементи, які потребують доопрацювання, передусім для платників податків, а саме технічні неполадки, збої програми та потреба додаткових фінансових вкладень у процес подання електронної звітності. Однак сьогодні Державна фіскальна служба України пропонує користувачам два види безкоштовного програмного забезпечення: «Електронний кабінет платника податків» та «Спеціалізоване клієнтське програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності». Зазвичай користувачі надають перевагу використанню «Єдиного вікна подання електронної звітності», що зумовлено його стабільністю, тривалішим існуванням та інформативністю. Однак для цього програмного забезпечення, крім значної кількості переваг, характерні й недоліки, що стосуються технічної підтримки. Вивчивши їх, нами було запропоновано вдосконалення програмного забезпечення в частині скорочення часу інсталяції програми за автоматичного додавання посилань на необхідні додаткові компоненти програми, що значно спростить процес установлення «Спеціалізованого клієнтського програмного

забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності».

Сьогодні можна без перебільшень сказати, що електронна звітність – це система майбутнього, причому майбутнього досить недалекого, адже активний перехід підприємств на електронну звітність відчувається вже зараз.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інструкція по встановленню спеціалізованого клієнтського програмного забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності». URL : <http://sfs.gov.ua/elektronna-zvitnist/platnikam-podatkiv-pro/dopomoga-koristuvacham/instruktsiya-povstanovlennyu-spetsializ/> (дата звернення: 20.01.2020).

2. Лопатовський В.Г., Грицаюк М.В. Особливості подання звітності в електронній формі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 3. Т. 1. С. 133–136.

3. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності : Наказ Міністерства фінансів України від 28 березня 2013 р. № 433 / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1373-15> (дата звернення: 25.12.2019).

4. Мельничук О. Подання звітності в електронному вигляді. *Sophus*. URL : http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_6_2014_05_22_23/podannja_zviti_nosti_v_elektronnomu_vigljadi_perevagi_i_ta_nedoliki/641i0i1040 (дата звернення: 16.11.2019).

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/> (дата звернення: 25.12.2019).

6. Порядок обміну електронними документами з контролюючими органами : Наказ Міністерства фінансів № 557 від 06.06.2017. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0959-17> (дата звернення: 17.12.2019).

7. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 30.09.2015 № 851-15. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/> (дата звернення: 26.12.2019).

8. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 5 жовтня 2017 р. № 2155-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19> (дата звернення: 26.12.2019).

9. Рубейкін В.А. Подання електронної звітності в Україні: переваги та недоліки. *Агросвіт*. 2015. № 23. С. 69–71.

10. Тофан І.М. Особливості застосування електронної звітності в оподаткуванні. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2013. № 1. С. 222–229.

REFERENCES:

1. Instruktsiya po vstanovlennyu spetsializovanoho kliyents'koho proqramnoho zabezpechennya dlya formuvannya ta podannya zvitnosti do "Yedynoho vikna podannya elektronnoi zvitnosti" [Instructions for install-

ing custom client software for generating and reporting to the Single Window on Electronic Reporting] Available at: <http://sfs.gov.ua/elektronna-zvitnist/platnikam-podatkov-pro/dopomoga-koristuvacham/instruktsiya-povstanovlennyyu-spetsializ/> (accessed 20 January 2020).

2. Lopatovskiy V. H., Hrytsaiuk M.V. (2017), Osoblyvosti podання zvitnosti v elektronni formi [Features of electronic reporting] *Visnyk Khmelnytskyi natsionalnogo universytetu Ekonomichni nauky*, vol. 3, no. 1, pp. 133–136.

3. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy “Metodychni rekomendatsii shchodo zapovnennia form finansovoi zvitnosti” [Methodical recommendations for completing the forms of financial statements: the order of the Ministry of Finance of Ukraine] (28.03.2013) no. 433. Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1373-19> (accessed 25 December 2019).

4. Mel'nychuk, O. (2014), Podannya zvitnosti v elektronnomu vyhlyadi [Filing reports electronically], SOPHUS Naukovyj klub. Available at: http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_ikampodilsk/sekcija_6_2014_05_22_23/64110i1040 (accessed 16 November 2019).

5. Podatkovyi kodeks Ukrainy. [Verkhovna Rada Ukrainy; Kodeks Ukrainy vid 02.12.2010]. № 2755-VI. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-19> (accessed: 25 December 2019).

6. Pro zatverdzhennia Poriadku obminu elektronnyimi dokumentamy z kontroliuichymy orhanamy [About claim of Order of exchange electronic documents with supervisory organs] vid 20 serpnia 2014 roku # 375: Polozhennia / Kabinet ministriv Ukrainy. Available at: <http://kmu.gov.ua/375> (accessed: 17 December 2019).

7. Pro elektronni dokumenty ta elektronnyi dokumentoobih [About electronic documents and automated electronic circulation] vid 22 travnia 2003 r. # 851-IV : Zakon Ukrainy / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851> (accessed 26 December 2019).

8. Pro elektronni dovirchi posluhy [About electronic confiding services] vid 05 zhovtnia 2017 r. # 2155-VIII: Zakon Ukrainy / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2155> (accessed 21 November 2019). (accessed: 26 December 2019).

9. Rubekin V.A. (2013) Podannya elektronnoyi zvitnosti v Ukrayina: perevahy ta nedoliky. [Submission of Electronic Reporting in Ukraine: Advantages and Disadvantages]. *Agro-world*. no. 23. pp. 69-71.

10. Tofan I. M. (2013) Osoblyvosti zastosuvannia elektronnoi zvitnosti v opodatkuvani [Features of application of electronic reporting in taxation]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnogo universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy*. [Collection of scientific papers of the National University of the State Tax Service of Ukraine]. no. 1, pp. 222–229.

ПЕРЕРАХУНОК ПДВ ЗА 2019 РІК: ПОДАТКОВИЙ АУДИТ ТА БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

VAT CALCULATION FOR 2019: TAX AUDIT AND ACCOUNTING

Завдяки аудиту оподаткування підприємство-клієнт набуває впевненості в тому, що його підприємницький та податковий ризики зведені до мінімуму, що можливе уникнення помилок, пов'язаних із податковими розрахунками, що його система оподаткування оптимізована, що користувачі можуть бути впевнені у достовірності податкової звітності. Саме тому податковий аудит останнім часом став однією з аудиторських послуг, що користується великим попитом у замовників, які таким чином прагнуть унеможливити себе від значних фінансових утрат та банкрутства. Податок на додану вартість є одним із найголовніших та найскладніших податків в Україні. З погляду органів державної влади ПДВ це одне з основних джерел надходження коштів до бюджету, він домінує серед усіх непрямих податків, які надходять до бюджету, і виконує яскраво виражену фіскальну функцію. Крім щоденного бухгалтерського обліку, він потребує також і проведення одноразових щорічних процедур, а саме податкового перерахунку. Тому у цій статті ми розглянемо порядок проведення перерахунку ПДВ за 2019 р. із погляду податкового аудитора.

Ключові слова: податковий аудит, аудит оподаткування, податок на додану вартість, перерахунок ПДВ, податкові зобов'язання, податкова декларація.

Благодаря аудиту налогообложения предприятие-клиент получает уверенность

в том, что его предпринимательский и налоговый риски сведены к минимуму, что возможно избежать ошибок, связанных с налоговыми расчетами, что его система налогообложения оптимизирована, что пользователи могут быть уверены в достоверности налоговой отчетности. Именно поэтому налоговый аудит в последнее время стал одной из аудиторских услуг, пользующихся большим спросом у заказчиков, которые таким образом стремятся обезопасить себя от значительных финансовых потерь и банкротства. Налог на добавленную стоимость является одним из главных и самых сложных налогов в Украине. С точки зрения органов государственной власти НДС это один из основных источников поступления средств в бюджет, он доминирует среди всех косвенных налогов, которые поступают в бюджет, и выполняет ярко выраженную фискальную функцию. Кроме ежедневного бухгалтерского учета, он требует также и проведения одноразовых ежегодных процедур, а именно налогового перерасчета. Поэтому в этой статье мы рассмотрим порядок проведения перерасчета НДС за 2019 г. с точки зрения налогового аудитора.

Ключевые слова: налоговый аудит, аудит налогообложения, налог на добавленную стоимость, перерасчет НДС, налоговые обязательства, налоговая декларация.

УДК 657:6

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-61>

Брік С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Brik Svitlana

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

The purpose of the audit of VAT calculations is to assess the auditor's compliance of these calculations in all material respects with the normative documents that regulate the procedure for their calculation and payment to the State Budget of Ukraine. This is the task of assisting in the annual VAT recalculation. They are obliged to recalculate the VAT for 2019 VAT payers who performed the operations specified in clause 199.1 of the Tax Code. Recalculation is carried out only if the assets are used simultaneously in taxable and non-taxable transactions. Non-taxable transactions are non-taxable and / or tax exempt. For non-current assets acquired before 01.07.2015 for simultaneous use in taxable and non-taxable transactions, the recalculation is made only when they were put into operation after 31.12.2015. After determining the range of transactions that will, or will not be recalculated, to "offsetting" tax liabilities no later than the last day of the reporting (tax) period, a consolidated tax invoice is issued, which is registered in the Unified Register of tax invoices according to the general rules. After completing the necessary tax invoices that are reflected in them, they need to be timely and adequately reflected in the accounting of the client enterprise. First, a sub-account 643 "Tax Liabilities" must be opened analytical account "Tax Liabilities to be adjusted", such as sub-account 643/1. Further, the amount of the accrued tax liability for VAT should be reflected on the basis of the calculation of the adjustment made on the basis of the recalculation, for the debit of subaccount 643 analytical account 643/1, and the credit of subaccount 641. At the same time, the amount of tax should be increased for debit of subaccount 949 and credit of subaccount 643. The amount of VAT overcharged on the basis of calculation of adjustment, should be reflected on the sub-account loan 643 analytical account 643/1, and the subaccount debit 641. At the same time, the income should be increased by reflecting the subaccount credit account 719 and the debit account subaccount 641/9 account 643/1. For the amount of the tax credit adjustment, the value of the fixed asset must be changed, in particular, to reflect the amount of such adjustment by correspondence Dt 641 / VAT – Kt 10, 11, 12, or to make this posting reversed.

Key words: tax audit, value added tax, VAT recalculation, tax liabilities, tax declaration.

Постановка проблеми. Річний перерахунок ПДВ – обов'язкова процедура. Стосується вона тих платників, які, крім оподатковуваних операцій, мають ще й неоподатковувані операції. У грудні 2019 р., як і в попередні роки, платникам ПДВ доведеться зробити цей перерахунок, передбачений ст. 199 ПКУ, тому що він є завершальною річною процедурою для платників ПДВ. Але це є досить складною процедурою, тому бухгалтер вимагає допомоги податкового аудитора.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми правильного проведення річного перерахунку ПДВ присвячено статті багатьох експертів

із питань бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту: Г. Бикової, О. Клебан, В. Карпової, О. Петрика та ін.

Постановка завдання. Метою цієї статті є надання інструкції для бухгалтера стосовно проведення річного перерахунку з податку на додану вартість. Потрібно надати повну та вичерпну інструкцію, як необхідно заповнювати річний перерахунок. Також необхідно розглянути коло підприємств, які повинні цей перерахунок провести.

Виклад основного матеріалу дослідження. Метою аудиту розрахунків із ПДВ є оцінювання аудитором відповідності цих розрахунків у всіх

суттєвих аспектах нормативним документам, які регламентують порядок їх нарахування та сплати до державного бюджету України.

Окрім того, існують і завдання функціонального характеру, такі як консультування платників податку щодо нормативно-правових питань оподаткування ПДВ для своєчасних і правильних розрахунків із бюджетом, а також уникнення переплат та попередження фінансових санкцій із боку фіскальних органів держави; надання консультацій у разі встановлення порушень в оплаті податків щодо їх виправлень; допомога в організації оптимального оподаткування.

Саме таким завданням і є допомога в проведенні річного перерахунку з ПДВ.

По-перше, встановимо, хто потребує проведення цієї процедури.

Податковий кодекс України передбачає, що якщо придбані та/або виготовлені товари/послуги, необоротні активи частково використовуються в оподатковуваних ПДВ операціях, а частково – ні, платник податків зобов'язаний нарахувати податкові зобов'язання. Тобто зобов'язані провести перерахунок ПДВ за 2019 р. платники ПДВ, які здійснювали операції, зазначені в п. 199.1 ПКУ [1].

Перерахунок проводиться тільки в тому разі, якщо активи використовуються саме одночасно в оподатковуваних і неоподатковуваних операціях. До неоподатковуваних належать операції, які не є об'єктом оподаткування та/або звільнені від оподаткування.

По необоротних активах, що були придбані до 01.07.2015 для одночасного використання в оподатковуваних і неоподатковуваних операціях, перерахунок проводиться лише тоді, коли вони були введені в експлуатацію після 31.12.2015.

Перерахунок проводиться, навіть якщо в 2019 р. такі «старі» необоротні активи не використовувалися в зазначених операціях. Ключовий момент тут полягає у тому, що податковий кредит за такими активами повинен бути показаний до 01.07.2015, а з моменту введення в експлуатацію таких об'єктів не повинно пройти чотири роки. Таким чином, під перерахунок за 2019 р. потрапляють тільки ті об'єкти необоротних активів, які були введені в експлуатацію після 31.12.2015, а податковий кредит по них був показаний до 01.07.2015.

Також не застосовується процедура річного перерахунку до таких операцій:

- у разі реорганізації юридичних осіб;
- у разі поставки платником податків відходів і брухту чорних та кольорових металів, які утворилися у нього в результаті переробки, обробки, плавлення товарів (сировини, матеріалів, заготовок і т. д.) на виробництві, будівництві, розбирання (демонтажу) ліквідованих основних фондів та інших подібних операцій;

- у разі поставки товарів/послуг у частині суми компенсації на покриття різниці між фактичними витратами та регульованими цінами (тарифами) у вигляді виробничої дотації з бюджету;

- у разі поставки товарів та послуг на митній території України та ввезення на митну територію України товарів як міжнародної технічної допомоги, а також товарів, що фінансуються за рахунок міжнародної технічної допомоги; ввезення на митну територію України майна як гуманітарної допомоги;

- для операцій оператора телекомунікацій із надання телекомунікаційних послуг у частині здійснення благодійного телекомунікаційного повідомлення на благодійні цілі.

Таким чином, другим етапом податкового аудиту буде визначення операцій, за якими буде чи не буде проводитися перерахунок.

Після визначення кола цих операцій на «компенсуючі» податкові зобов'язання не пізніше останнього дня звітного (податкового) періоду оформляється зведена податкова накладна, яку реєструється в Єдиному реєстрі податкових накладних за загальними правилами.

Під час нарахування податкових зобов'язань, відповідно до п. 199.1 ПКУ [1], платник ПДВ складає окремі зведені податкові накладні за товарами/послугами, необоротними активами, які призначаються для використання/починають використовуватися:

- 1) в операціях, які не є об'єктом оподаткування;
- 2) в операціях, звільнених від оподаткування;
- 3) в операціях, що здійснюються платником ПДВ у межах балансу платника ПДВ;
- 4) в операціях, які не є господарською діяльністю платника ПДВ.

Такі зведені податкові накладні складаються не пізніше останнього дня звітного (податкового) періоду.

У розрізі зазначених видів операцій платник податків може оформити одну податкову накладну будь-якою датою, але не пізніше останнього дня звітного (податкового) періоду, в якому виникли підстави для нарахування податкових зобов'язань за п. 199.1 ПКУ [1].

У графі «Зведена податкова накладна» такої податкової накладної вказується код ознаки «2» – під час нарахування податкових зобов'язань відповідно до п. 199.1 ПКУ. Виходячи із цього, у разі нарахування «компенсуючих» податкових зобов'язань оформляються окремі зведені податкові накладні за п. 198.5 та п. 199.1 ПКУ [1].

У верхній лівій частині податкової накладної вказується відповідний тип причини відповідно до п. 8 Порядку № 1307 [2]:

- 04 – складена на поставку в межах балансу для невиробничого використання;

– 08 – складена на поставку для операцій, які не є об'єктом оподаткування податком на додану вартість;

– 09 – складена на поставку для операцій, звільнених від оподаткування податком на додану вартість;

– 13 – складена у зв'язку з використанням виробничих або невиробничих засобів, інших товарів/послуг не у господарській діяльності.

У графі 2 «Опис (номенклатура) товарів/послуг продавця» розділу Б зведеної податкової накладної проставляються дати складання і порядкові номери податкових накладних, оформлених на такого платника податку під час постачання йому товарів/послуг, необоротних активів, за якими він визначає податкові зобов'язання відповідно до п. 199.1 ПКУ [1] (п. 16 Порядку № 1307) [2]. Графи 3.1, 3.2, 3.3, 5–9, 12 зведеної податкової накладної не заповнюються.

Після оформлення необхідних податкових накладних зобов'язання, що в них відображені, потребують своєчасного й адекватного відображення в бухгалтерському обліку підприємства-клієнта.

По-перше, до субрахунку 643 «Податкові зобов'язання» необхідно відкрити аналітичний рахунок «Податкові зобов'язання, що підлягають коригуванню», наприклад субрахунок 643/1.

Далі, суму донарахованого податкового зобов'язання з ПДВ треба відобразити на підставі розрахунку коригування, що був складений за результатами проведеного перерахунку, за дебетом субрахунку 643 аналітичного рахунку 643/1 і кредитом субрахунку 641. Водночас на цю суму податку необхідно збільшити видатки з відображенням за дебетом субрахунку 949 і кредитом субрахунку 643.

Суму надмірно нарахованого податкового зобов'язання з ПДВ на підставі розрахунку коригування необхідно відобразити за кредитом субрахунку 643 аналітичного рахунку 643/1 і дебетом субрахунку 641. Водночас на цю суму податку слід збільшити доходи з відображенням за кредитом субрахунку 719 і дебетом субрахунку 643 аналітичного рахунку 643/1.

За результатами перерахунку за «старими» необоротними активами коригується податковий кредит з оформленням цього тільки бухгалтерською довідкою (без складання розрахунку коригування).

На суму коригування податкового кредиту необхідно змінювати вартість необоротного активу, зокрема відображати суму такого коригування кореспонденцією Дт 641 / ПДВ – Кт 10, 11, 12 або ж робити дану проводку сторно. Однак така процедура досить незручна, оскільки вимагає перерахунку суми і норми амортизації по тих необоротних активах, щодо яких проводився перерахунок. Тому через відсутність на даний момент «жорстких» правил відображення результатів перерахунку в

принципі платники можуть показати результати «старого» перерахунку за тими ж правилами, які були викладені вище стосовно до «нового» перерахунку [5].

І наостанок відзначимо, як річний перерахунок ПДВ відіб'ється на заповненні річної податкової декларації з податку на прибуток.

Платники податку на прибуток, дохід яких за попередній рік менше 20 млн грн та які не проводять коригування фінансового результату до оподаткування на суму різниць, зазначених у ПКУ, показують в обліку податку на прибуток результати перерахунку виключно за бухгалтерськими правилами.

Для платників податку на прибуток, дохід яких за попередній рік становить понад 20 млн грн та які проводять коригування фінансового результату до оподаткування, перерахунок може вплинути на коригування тільки в тому разі, якщо «старий» перерахунок відбивається на процедурі, яка передбачає коригування балансової вартості необоротних активів. Тоді перерахунок ПДВ у частині балансової вартості необоротних активів вплине на їх амортизацію та, як наслідок, на коригування, передбачені ст. 138 ПКУ [1].

Інших операцій у ПКУ не передбачено для окремих коригувань фінансового результату до оподаткування на суму різниць, пов'язаних із річним перерахунком ПДВ.

Відповідальність за непроведення річного перерахунку з ПДВ чинним законодавством не передбачена. Але його відсутність може стати причиною заниження податкових зобов'язань із ПДВ, що може призвести до нарахування штрафних санкцій. Отже, річний перерахунок ПДВ податкові аудитори радять проводити обов'язково.

Висновки з проведеного дослідження.

Річний перерахунок ПДВ є досить складною, але вкрай необхідною процедурою. Незважаючи на відсутність відповідальності за його непроведення, ця процедура є завершальним етапом обліку податку на додану вартість за календарний рік, тому що невідповідне законодавству нарахування ПДВ та відображення його в бухгалтерському та податковому обліку тягне за собою накладання штрафних санкцій. Для впевненості у відповідному проведенні перерахунку радимо звернутися за допомогою до фахівців – податкових аудиторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI / Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 17.01.2020).
2. Порядок заповнення податкової накладної : Наказ від 31.12.2015 № 1307 / Міністерство фінансів України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0137-16> (дата звернення: 17.01.2020).

3. Аудит оподаткування підприємств : навчальний посібник / О.А. Петрик та ін. ; за ред. О.А. Петрика. Київ : Акад. фін. управління, 2012. 352 с.

4. Бикова Г. Річний перерахунок ПДВ–2019: нюанси проведення. URL : <https://news.dtki.ua/taxation/pdv/59544> (дата звернення: 16.01.2020).

5. Карпова В. Перерахунок ПДВ за 2019 рік: основні положення. URL : http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ012113 (дата звернення: 17.01.2020).

REFERENCES:

1. *Podatkovi kodeks Ukrainy* [Tax Code of Ukraine] vid 02.12.2010. No. 2755-VI / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 17 January 2020).

2. *Poriadok zapovnennia podatkovoi nakladnoi* [The order of filling in the tax invoice], Nakaz vid 31.12.2015, No. 1307 / Ministerstvo Finansiv Ukrainy URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0137-16> (accessed 17 January 2020).

3. Petrik O. A., Davidov G.M., Redko O. Yu. (2012) *Audyt opodatkuvannia pidpriemstv* [Audit of taxation of enterprises: training tool]. K : DNUU "Acad. Finn. Management". (in Ukrainian)

4. Bykova G. *Richnyi pererakhunok PDV–2019: niuansy provedennia* [VAT-2019 recalculation: the nuances of conducting] URL: <https://news.dtki.ua/taxation/pdv/59544> (accessed 17 January 2020).

5. Karpova V. *Pererakhunok PDV za 2019 rik: osnovni polozhennia* [VAT recalculation for 2019: basic provisions] URL: http://bz.ligazakon.ua/en/magazine_article/BZ012113 (accessed 17 January 2020).

ЗАПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT REPORTING IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT ACCOUNTING AT THE ENTERPRISE

У статті розглянуто особливості запровадження управлінської звітності в системі управлінського обліку підприємства. Визначено важливість облікової інформації для прийняття управлінських рішень. Зроблено висновок, що поняття управлінської звітності значно ширше, ніж поняття фінансової звітності. Визначено деякі ключові відмінності фінансового та управлінського обліку підприємства. Встановлено, що надання інформації управлінської звітності передбачає формування більшої кількості показників, аналітичних даних і звітів, аніж передбачено тими чи іншими стандартами фінансової звітності; з іншого боку, не вся інформація фінансової звітності може бути задіяна для управлінської звітності. Визначено типи управлінської звітності, такі як аналітична, комплексна, за підсумками. Узагальнено чинники, які впливають на якість управлінської звітності, та надано їх характеристику. Встановлено деякі проблеми, які впливають на ведення управлінського обліку і складання управлінської звітності. Зроблено висновок, що розроблення внутрішньої звітності є головним завданням підприємства.

Ключові слова: управлінський облік, управлінська звітність, фінансовий облік, інформація, документ, підприємство.

В статье рассмотрены особенности внедрения управленческой отчетности

в системе управленческого учета предприятия. Определена важность учетной информации для принятия управленческих решений. Сделан вывод, что понятие управленческой отчетности значительно шире, чем понятие финансовой отчетности. Определены некоторые ключевые различия финансового и управленческого учета предприятия. Установлено, что предоставление информации управленческой отчетности предусматривает формирование большего количества показателей, аналитических данных и отчетов, чем предусмотрено теми или иными стандартами финансовой отчетности; с другой стороны, вся информация финансовой отчетности может быть задействована для управленческой отчетности. Определены типы управленческой отчетности, такие как аналитическая, комплексная, по итогам. Обобщены факторы, влияющие на качество управленческой отчетности, и дана их характеристика. Установлены некоторые проблемы, которые влияют на ведение управленческого учета и составление управленческой отчетности. Сделан вывод, что разработка внутренней отчетности является главной задачей предприятия.

Ключевые слова: управленческий учет, управленческая отчетность, финансовый учет, информация, документ, предприятие.

УДК 657.47

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-62>

Гаркуша С.А.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний
університет

Harkusha Serhii

Sumy National Agrarian University

To make the right management decisions, the manager needs reliable information about the state of affairs of the enterprise. This information can only be provided by management reporting. It is not financial statements that are prepared for "external users", but rather financial statements that are prepared for internal users of the enterprise and reflect the true state of affairs. The features of introduction of management reporting in the system of management accounting of the enterprise are considered in the article. The importance of accounting information for managerial decision making is determined. It is concluded that the concept of management reporting is much broader than the concept of financial reporting. Some key differences of financial and management accounting of the enterprise are identified. It is found that the provision of management reporting information involves the formation of more indicators, analytics and reports than is provided by certain financial reporting standards, but not all financial reporting information can be used for management reporting. The types of management reporting are identified, such as analytical, comprehensive, by results. The factors that influence on the quality of management reporting and their characteristics are summarized. Some problems have been identified that influence the management accounting and the preparation of management reports, namely lack of clear methodology and tools; no comprehensive financial picture; large amount of information processed; dependence of software on accounting programs; lack of skills from specialists who have the necessary knowledge and skills to report. It is concluded that the preparation of internal reporting determines its frequency and forms, as well as a set of indicators. The accuracy and scope of the information given depend on the organizational and technological and economic characteristics of the entity and the specific management accounting entity, the management objectives for that accounting entity. In this regard, the development of internal reporting is the main task of the enterprise. The content forms, timing and responsibilities of submitting these reports, as well as the users, depend on the business conditions of the particular enterprise.

Key words: management accounting, management reporting, financial accounting, information, document, enterprise.

Постановка проблеми. Для прийняття правильних управлінських рішень керівнику потрібна достовірна інформація про стан справ підприємства. Таку інформацію може дати тільки управлінська звітність. Не фінансова звітність, яка складається «для зовнішніх користувачів», а саме та звітність, яка складається для внутрішніх користувачів підприємства та відображає дійсний стан справ. Отже, аналізувати керівнику потрібно свою управлінську звітність: управлінський баланс і звіт про фінансові результати. Саме вони покажуть йому, чи в правильному напрямі рухається його бізнес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теоретичних, методичних, методологічних та прикладних аспектів запровадження управлінської звітності в системі управлінського обліку зробили такі вітчизняні вчені, як І.О. Гладій, С.Я. Король, М.М. Матюха, А.І. Ясінська та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення особливостей запровадження управлінської звітності в системі управлінського обліку на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління підприємством – безперервний

процес, суть якого – вплив на об'єкт із метою його стабілізації, контролю або зміни відповідно до завдань бізнесу. Ще одна функція управління – раціональне використання робочої сили і ресурсів підприємства для підвищення прибутковості.

Щоб компанія працювала стабільно, керівник повинен мотивувати персонал та ефективно ним управляти. Він визначає завдання для співробітників, усуває розбіжності, відповідає на запитання, приймає необхідні рішення, які стосуються як персоналу, так і клієнтів [1].

Розроблення й упровадження системи управлінського обліку на підприємстві вимагає чимало зусиль і часу (на великих підприємствах цей процес може зайняти кілька місяців) і не відразу дає результат. Знадобиться час і на апробування системи, і на накопичення інформації, яка допоможе скорегувати систему вже в процесі впровадження. На ранніх етапах постановки або вдосконалення системи управлінського обліку на підприємстві необхідно визначити, яку фінансову інформацію необхідно інтегрувати у цю систему. Найчастіше вибір стоїть між фінансовою інформацією, що формується на основі національних стандартів фінансової звітності (П(С)БО), МСФЗ, або окремо збирається фінансовою інформацією згідно з внутрішніми регламентами підприємства.

Щоб підтримувати бізнес в ефективному і конкурентоспроможному стані, керівники зобов'язані весь час приймати певні рішення. Ці рішення ґрунтуються на актуальній інформації про справи підприємства. Саме таку інформацію надає керівництву управлінська звітність.

Поняття управлінської звітності значно ширше, ніж поняття фінансової звітності. Для цілей управління використовується весь спектр інформації – фінансової та нефінансової, при цьому фінансові дані є базою для системи управлінського обліку.

Управлінська звітність – це один із найважливіших джерел отримання інформації про результати діяльності підприємства, на основі сукупності фінансових, маркетингових, виробничих та інших показників.

Управлінська звітність – це звітність для внутрішніх користувачів, яка включає інформацію про господарську діяльність підприємства та умови її здійснення, підготовлена з використанням методичних прийомів бухгалтерського обліку, планування, аналізу, контролю й інших дисциплін [2, с. 330].

Методологія управлінської звітності перебуває в органічному взаємозв'язку з різними напрямками діяльності сучасного підприємства. Розвиток методології формування управлінської звітності – це шлях до вдосконалення та поліпшення управлінської діяльності підприємства на основі інформаційного забезпечення. Під час формування управлінської звітності необхідно враховувати

різновекторні потреби користувачів інформації на різних рівнях [3, с. 236].

Для ефективного функціонування інформаційної системи управлінського обліку та управлінської звітності на підприємстві необхідне застосування системного підходу. Застосування системного підходу до формування управлінської звітності забезпечить час на підготовку звітності і, використовуючи сучасні автоматизовані системи підготовки інформації, мінімізує ризики у допущенні помилок. Управлінська звітність є важливим джерелом інформації для персоналу підприємства (основних користувачів), тому саме методиці її формування й потрібно приділяти особливу увагу [4, с. 312].

Управлінська звітність нам потрібна для того, щоб зрозуміти, як ми реально спрацювали. Найчастіше під даною звітністю розуміють усе ту ж бухгалтерську звітність. У результаті цієї роботи, без постановки управлінського обліку, господарюючі суб'єкти отримують управлінську звітність. У деяких випадках, щоправда, звітність скласти не виходить, наприклад коли не ведеться ніякого обліку. Наприклад, ніхто на підприємстві не знає заборгованість постачальників за авансами виданими, тобто гроші постачальникам перераховуються, постачальники зобов'язані зробити відвантаження, а скільки, які і коли, ніхто не знає. Але таке трапляється вкрай рідко. По суті, і управлінський, і бухгалтерський облік аналізують одні й ті ж фінансові операції та потоки, але є й відмінності (табл. 1).

Отже, на відміну від фінансового обліку, щоб сформувати управлінські звіти, ми не обмежені ні нормативними документами, ні подвійним записом. Загальноприйнятих принципів підготовки управлінської звітності немає. Класичні бухгалтери або аудитори зазначають, що в такому разі ці звіти недостовірні, але управлінці скажуть, що якщо ці звіти дадуть змогу окреслити хоча б загальну картину бізнесу, нехай із деякою погрішністю, то цього вже може бути достатньо.

Інформація в управлінській звітності має бути економічно цікава та активно використовуватися керівниками, засновниками та власниками бізнесу. Розкриті в управлінській звітності дані необхідні для аналізу всієї діяльності. Це допомагає вчасно виявити причини можливих відхилень від параметрів, які задані стратегією бізнесу, а також показати резерви (фінансові, матеріальні, трудові та ін.), що до цього часу не використовувалися підприємством.

Надання інформації управлінської звітності передбачає формування більшої кількості показників, аналітичних даних і звітів, аніж передбачено тими чи іншими стандартами фінансової звітності. З іншого боку, не вся інформація фінансової звітності може бути задіяна для управлінської звітності.

Таблиця 1

Деякі відмінності фінансового та управлінського обліку підприємства

Критерії	Фінансовий облік	Управлінський облік
Користувачі інформації	Зовнішні користувачі	Внутрішні користувачі
Законодавче регулювання	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» № 996-XIV від 16.07.1999	Відсутнє
Необхідність ведення	Обов'язкова для всіх осіб, які займаються підприємницькою діяльністю. Терміни здачі встановлені законодавством	На добровільних засадах. Чинним законодавством не передбачено обов'язку фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб зі складання управлінської звітності та її здачі
Ступінь відображення інформації	Об'єкти класифікуються в загальні групи (матеріали, грошові кошти, послуги, доходи, витрати і т. д.). Детального опрацювання кожного об'єкта немає	Детально і докладно. Кожен об'єкт управлінського обліку має індивідуальну ознаку та характеристики
Періодичність формування	Звіти прив'язані до конкретних дат. Їх складають за певні періоди (місяць, квартал, рік). Дати здачі встановлені законодавством	Чітко встановлена часова межа відсутня. Визначається на розсуд користувача
Мета формування	Відзвітувати перед контролюючими органами про стан фінансово-економічних показників	Планування і розроблення стратегії розвитку підприємства, виявлення слабких і сильних місць управління та розподілу активів

Формат управлінської звітності – це спосіб розташування показників звітності, що дає змогу більш своєчасно та оперативно задовольняти потреби внутрішніх користувачів в інформації про стан об'єктів управління. При цьому джерелом цієї інформації для складання управлінської звітності є різні складники, які знаходяться за межами системи бухгалтерського обліку, що спричинює використання розширеної інформаційної бази підприємства та інших додаткових джерел [5, с. 608].

На відміну від фінансового й податкового обліку, суворо регламентованих законодавством, управлінська звітність складається у довільній формі та відповідає потребам менеджменту конкретного підприємства, завданням бюджетування.

Із цієї причини є безліч варіантів таких документів. Однак є моменти, які варто включати в звіт у обов'язковому порядку, щоб керівництво змогло проаналізувати поточну економічну ситуацію підприємства та об'єктивно оцінити перспективи.

Якісна система управлінської звітності призведе до поліпшення зрозумілості та послідовності показників звітності та, як наслідок, нормалізації та оптимізації бізнес-процесів підприємства. Своєю чергою, управлінська звітність може бути:

- аналітична – надається керівним органам та може включати падіння й зростання продажів, числа ненормативних робіт і можливі причини збільшення витрат;
- комплексна – надається в певний термін по всіх відсіках роботи підприємства, також сюди входять витрати та заборгованості;
- за підсумками – включає у себе всі показники отриманих замовлень та надається в будь-який необхідний час.

Відомості, отримані з управлінської звітності, повинні сформувати для керівництва цілісну картину всього бізнесу. Якщо в будь-який момент часу діяльність підприємства може бути адекватно проаналізована, це гарантовано дає можливість «тримати руку на пульсі» в будь-якій ситуації та вчасно запобігти прикру помилку або встигнути скористатися вигідною ситуацією.

Щоб перевірити повноту одержуваної управлінської інформації, керівництву варто поцікавитися, наскільки відображені в його формах для звітів головні показники, що впливають на ефективність діяльності. Відсутність одного або декількох чинників в управлінській звітності знижує повноту її аналізу та може непередбачувано позначитися на можливості прийняття адекватних рішень по керівництву. Дані чинники представлено в табл. 2.

Розроблення й впровадження управлінської звітності – це процес відповідальний. Важливо, щоб витрати на розроблення і налагодження системи виправдали користь від її використання.

Без внутрішньої управлінської звітності управлінський облік – це просто формальні цифри та дані, які непридатні для прийняття рішень. Вона відображає відхилення від планів, цілей і кошторисів, дає розуміння про необхідність подальших дій.

Також необхідно зазначити, що ведення управлінського обліку і складання звітності пов'язані з низкою проблем:

- Відсутність чіткої методології й інструментарію – по суті, кожен фахівець самостійно розробляє форми і рішення для отримання зведених даних про фінансову діяльність підприємства (іноді це призводить до того, що інформація виходить у спотвореному вигляді).

Чинники, які впливають на якість управлінської звітності

Чинник	Характеристика
Фінансовий складник	включає у себе оцінку динаміки грошових потоків на підприємстві, наявність резервів, потребу у фінансах, кредитні зобов'язання, огляд джерел фінансування
Закупівля	з управлінських звітів повинно бути ясно, чи виробляються вони відповідно до плану і кон'юнктури ринку, як ідуть справи з їх оплатою (чи немає заборгованостей), наскільки вигідні умови поставок
Перевезення	аналізується завантаженість транспортних засобів (власних та/або найманих), оцінюється логістика на підприємстві
Зберігання матеріальних активів	повинно бути висвітлене з позицій наявності, кількості та умов, а також термінів обороту (з можливими відхиленнями й аналізом їх причин) за кожним видом товарів і/або послуг
Виробництво	потрібно оцінювати співвідношення попиту (за інформацією по заявках, замовленнях, резервуванню продукції і т. д.) та можливості підприємства його задовольнити (аналіз планового і фактичного випуску продукції)
Собівартість	розраховується окремо за кожною товарною групою
Реалізація	планові та дійсні характеристики оплати і відвантаження товарів, а також аналіз охоплення бази клієнтів
Податкові витрати та інші відрахування	зіставляються планові і фактичні показники (в грошовому та відносному еквіваленті)
Нематеріальні ресурси	аналіз експлуатації, можливості і потреби в створенні
Розвиток	маркетингова стратегія, аналіз ринкової ситуації, зіставлення фактичних та планових показників

- Немає цілісної фінансової картини – управлінські звіти дуже детальні, оскільки мають на меті проаналізувати кожне явище індивідуально (це заважає отримати зведені дані).

- Великий обсяг оброблюваної інформації – у цьому відношенні бухгалтерський облік виграє (його дані представлено в більш детальних згрупованнях).

- Залежність програмного забезпечення від бухгалтерських програм – якщо управлінський облік ведеться за допомогою вивантаження даних, то вони повинні відбуватися регулярно (в іншому разі дані будуть неактуальні).

- Відсутність навичок у фахівців, що володіють потрібними знаннями і навичками для складання звітів – особам, які відповідальні, за складання і ведення управлінської звітності часто доводиться навчатися самостійно, попутно винаходячи форми звітів самостійно, виходячи з особливостей діяльності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, складання внутрішньої звітності зумовлює її періодичність та форми, а також набір показників. Точність і обсяг наведених даних залежать від організаційно-технологічних та економічних особливостей, властивих підприємству, і конкретного об'єкта управлінського обліку, цілей управління стосовно до даного об'єкта обліку. У зв'язку із цим розроблення внутрішньої звітності є головним завданням підприємства. Зміст, форми, терміни й обов'язки подання цієї звітності, а також користувачі залежать від умов господарювання на конкретному підприємстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Целуйко О. Навіщо потрібен управлінський облік. *Баланс*. 2019. 4 вересня. URL : <https://balance.ua/news/post/zachem-nuzhen-upravlencheskiy-uchet> (дата звернення: 23.12.2019).

2. Король С.Я. Управлінська звітність: сутність і алгоритм формування. *Бізнес Інформ*. 2014. № 7. С. 325–331.

3. Матюха М.М. Сучасне методологічне забезпечення управлінської звітності в умовах застосування інформаційних систем. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 7(133). С. 230–237.

4. Ясінська А.І., Демків Н.І. Методика формування управлінської звітності підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2017. С. 305–312. URL : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/41590/2/2017n862_Yasinska_A_I-Methods_of_creating_305-312.pdf (дата звернення: 23.12.2019).

5. Гладій І.О. Управлінська звітність підприємства: принципи формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 604–608. URL : <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/118.pdf> (дата звернення: 23.12.2019).

REFERENCES:

1. Tseluiko O. (2019) Navishcho potriben upravlin-skiy oblik [Why management accounting is needed]. *Balance*. 4 September. Available at: <https://balance.ua/news/post/zachem-nuzhen-upravlencheskiy-uchet> (accessed 23 December 2019).

2. Korol S.Ya. (2014) Upravlinska zvitnist: sutnist i alhorytm formuvannia [Management reporting: the nature and algorithm of formation]. *BusinessInform*, no. 7, pp. 325-331.

3. Matiukha M.M. (2012) Suchasne metodolohichne zabezpechennia upravlinskoï zvitnosti v umovakh zasto-suvannia informatsiinykh system [Modern methodologi-cal support of management reporting in the conditions of application of information systems]. *Current problems of the economy*, no. 7 (133), pp. 230-237.

4. Yasinska A.I., Demkiv N.I. (2017) Metodyka formuvannia upravlinskoï zvitnosti pidpriemstva [Methods of formation of management reports of the enterprise]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*,

pp. 305-312. Available at: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/41590/2/2017n862_Yasinska_A_I-Methods_of_creating_305-312.pdf (accessed 23 December 2019).

5. Hladii I.O. (2018) Upravlinska zvitnist pidpriemstva: pryntsypy formuvannia [Management reporting of the enterprise: principles of formation]. *Global and national problems of economy*, no. 23, pp. 604-608. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/118.pdf> (accessed 23 December 2019).

МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARD FOR UKRAINIAN SMALL ENTERPRISES: NECESSITY AND ADVISABILITY

УДК 657:339.972

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-63>**Гевлич Л.Л.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Донецький національний університет
імені Василя Стуса**Калачик А.В.**студентка
Донецький національний університет
імені Василя Стуса**Hevlych Larysa**

Vasyli' Stus Donetsk National University

Kalachyk Alina

Vasyli' Stus Donetsk National University

У статті розглянуто напрями державної підтримки малого та середнього бізнесу, зокрема щодо спрощення фінансової звітності. Обґрунтовано позитивний ефект від упровадження міжнародного стандарту фінансової звітності для малих і середніх підприємств окремо для держави та суб'єктів господарювання. Досліджено спрощення, що надає окремий міжнародний стандарт, призначений саме для малих і середніх підприємств, порівняно з повним комплектом фінансової звітності за міжнародними вимогами з погляду їх достатності. Ідентифіковано основні причини відмови малих та середніх підприємств від застосування міжнародних стандартів фінансової звітності, серед яких – проблеми організаційного, фінансового та кадрового характеру. Розроблено алгоритм дії суб'єкта господарювання під час застосування міжнародного стандарту фінансової звітності для малих і середніх підприємств. Запропоновано розглядати застосування міжнародного стандарту для малих підприємств як складову частину державної політики зважено та комплексно, на основі адресного мотивування. За результатами дослідження зроблено висновки.

Ключові слова: малий бізнес, міжнародні стандарти фінансової звітності, малі і середні підприємства, державна підтримка, імплементація.

В статье рассмотрены направления государственной поддержки малого и среднего

бизнеса, в частности упрощение финансовой отчетности. Обоснован положительный эффект от внедрения международного стандарта финансовой отчетности для малых и средних предприятий отдельно для государства и субъектов хозяйствования. Исследованы упрощения, представляемые отдельным международным стандартом, предназначенным именно для малых и средних предприятий, по сравнению с полным комплектом финансовой отчетности по международным требованиям с точки зрения их достаточности. Идентифицированы основные причины отказа малых и средних предприятий от применения международных стандартов финансовой отчетности, среди которых – проблемы организационного, финансового и кадрового характера. Разработан алгоритм действий субъекта хозяйствования при применении международного стандарта финансовой отчетности для малых и средних предприятий. Предложено рассматривать применение международного стандарта для малых предприятий как составляющую государственной политики взвешенно и комплексно, на основе адресной мотивации. По результатам исследования сделаны выводы.

Ключевые слова: малый бизнес, международные стандарты финансовой отчетности, малые и средние предприятия, государственная поддержка, имплементация.

Recently, there has been a trend in the world of approximation of national standards and reporting practices to international requirements. At the same time, businesses such as small and medium-sized enterprises are out of the process and are experiencing difficulties in entering the global commodity markets and attracting foreign investors. Therefore, the study of the feasibility and appropriateness of using international financial reporting standards in this category of business is relevant in terms of finding parity of positive and negative points. A number of researchers consider the application of international standards for small businesses possible and appropriate. However, their research lacks complexity in addressing the application of these standards to the small business sector. The purpose of this paper is to analyze the necessity, opportunity and feasibility of applying International Financial Reporting Standards for domestic small and medium-sized enterprises. To achieve this goal, the following tasks should be solved: to analyze the problems faced by domestic small and medium-sized enterprises in their activities; to provide a critical analysis of the declared measures of state support for small business in Ukraine and the state of their implementation in practice; generalize the simplifications that can be used by domestic small businesses to keep records and report; identify the differences between the International Financial Reporting Standard for small and medium-sized enterprises and the full set of International Financial Reporting Standards; explore the foreign practice of applying the standard. Solution of the given tasks will allow to form arguments for and against the use of the international standard for small enterprises in Ukraine; summarize the benefits of its application to the state as a whole and to the entity in particular; develop an algorithm for the first application of an international standard for a small business entity and propose government support measures for small businesses. According to the results of the study, the following conclusions are reached: the transition to international standards provides benefits for each individual entity and for the country as a whole, but is accompanied by problems of organizational, financial, personnel character, lack of motivation of economic entities and support from the state. The implementation of international standards requirements should be considered as an element of national support for small and medium-sized businesses, and the support mechanism itself should be oriented towards targeted motivation based on a programmatic approach.

Key words: small business, International Financial Reporting Standards, small and medium-sized enterprises, government support, implementation.

Постановка проблеми. Останнім часом у світі помітна загальна тенденція до зближення національних стандартів та практики складання звітності за міжнародними вимогами (МСФЗ). Водночас таке специфічне коло суб'єктів господарювання, як малі та середні підприємства (МСП), знаходиться поза даним процесом і зазнає труднощів під час

виходу на світові товарні ринки та залучення іноземних інвесторів. Тому дослідження можливості та доцільності використання МСФЗ даною категорією бізнесу є актуальним із погляду пошуку паритету позитивних і негативних моментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Низка дослідників вважає застосування МСФЗ для

МСП можливим і доцільним. Так, О.М. Вакульчик та Є.В. Сабарська розробили рекомендаційну форму фінансового звіту суб'єкта малого підприємства відповідно до МСФЗ для МСП [1], а О.В. Небільцова та В.І. Король досліджували критерії віднесення суб'єктів господарювання до категорії малих та середніх підприємств в Європейському Союзі та Україні [2]. Однак цим дослідженням бракує комплексності у вирішенні питання застосування МСФЗ для сфери невеликих підприємств.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз необхідності, можливості та доцільності застосування МСФЗ для вітчизняних малих та середніх підприємств. Для досягнення цієї мети слід вирішити такі завдання: проаналізувати проблеми, з якими стикаються вітчизняні малі та середні підприємства у своїй діяльності; надати критичний аналіз задекларованих заходів державної підтримки малого бізнесу в Україні та стану їх реалізації на практиці; узагальнити спрощення, що можуть бути використані вітчизняними малими підприємствами щодо ведення обліку та складання звітності; ідентифікувати відмінності стандарту «МСФЗ для МСП» від повного комплексу МСФЗ; дослідити закордонну практику застосування МСФЗ для МСП. Вирішення поставлених завдань дасть змогу сформулювати аргументи за та проти використання МСФЗ для МСП в Україні; узагальнити переваги, що надає застосування МСФЗ для держави у цілому і для суб'єкта господарювання зокрема; розробити алгоритм дій під час першого застосування МСФЗ для МСП та запропонувати заходи державної підтримки малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У Законі «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» декларується державна політика розвитку МСП за напрямками: запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності; залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб; запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо; сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва; гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності; сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур; організація підготовки,

перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва; впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві новітніх технологій, технологій, які забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг) [3].

Але на практиці державна підтримка не завжди здійснюється належним чином. Дослідники В.І. Варцаба та Г.М. Кампо стверджують, що вказані заходи розвитку малого підприємництва є набором щорічно здійснюваних типових подій, що не мають значущих кінцевих результатів, а кореляція між впровадженням цих заходів і параметрами розвитку підприємницького сектору відсутня [4]. Основними проблемами розвитку МСП в Україні, за результатами опитування підприємців, є корупція в органах влади (65% опитаних), обмежений доступ до фінансових ресурсів (57%), податковий тиск (54%), а очікувані напрями підтримки підприємництва визначені як фінансово-кредитний (78%), інфраструктурний (68%), стимулювання інновацій та експорту (65%) [5]. Це корелюється з результатами досліджень [6], де необхідними напрямками державної підтримки називаються такі: просвітницький (державні проекти з навчання охочих до організації малого бізнесу, його ведення, підвищення рівня менеджменту); фінансовий (пільгове кредитування, оподаткування, інвестування конкретних сфер); дозвільний (спрощення організації, ведення бізнесу, звітування); координаційний (створення майданчиків для залучення грантів, інвестицій тощо, консультування та юридичне супроводження суб'єктів малого підприємництва). На разі ж малі та середні підприємства в Україні отримують допомогу від Фонду підтримки підприємництва України та за регіональними програмами. Ця підтримка фінансово обмежена, несистемна, а самі програми не користуються популярністю серед підприємців через високі адміністративні витрати. Доступні для українських МСП програми міжнародних та європейських фондів [7]: Міжнародної фінансової корпорації (Ukraine Sustainable Energy Finance Program, Ukraine Resource Efficiency Program, IFC Ukraine Residential Energy Efficiency Project, Ukraine Agri-Insurance Development Project, Ukraine Agri-Finance Project), Європейського банку реконструкції та розвитку (The Eastern Partnership SME Finance Facility), Німецько-українського фонду (програма мікрокредитування, програма рефінансування агросектору), Німецького державного банку розвитку (European Fund for Southeast Europe), COSME, Inno Fin («Горизонт – 2020»), Creative Europe, EaSI – Програма зайнятості та соціальних інновацій. Однак знову ж таки підприємці здебільшого про ці програми не знають, відносяться до них із недовірою, не мають достатнього досвіду використання такої допомоги.

Ураховуючи вищевикладене, для України є необхідним розроблення нової методології програмування розвитку малого та середнього підприємницького сектору, спрямованої на адресне мотивування та кінцеві результати. І в рамках такого підходу як складник державної позиції може розглядатися застосування міжнародного стандарту для МСП.

Сьогодні спрощення, передбачені державою для вітчизняного малого бізнесу у галузі обліку та звітності, представлені такими можливостями:

1) використання Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва замість Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій;

2) використання спрощень у процесі формування показників фінансової звітності (стосовно оцінки показників);

3) систематизація інформації, що міститься у первинних документах, у реєстрах обліку без застосування подвійного запису (для суб'єктів малого підприємництва, що не зареєстровані платниками податку на додану вартість);

4) використання скороченого переліку облікових реєстрів;

5) надання фінансової звітності відповідно до НП(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» у складі спрощених Балансу та Звіту про фінансові результати [8].

Слід відзначити, що вказане в останньому пункті використання спрощеної звітності, безумовно, зменшує трудомісткість процесу підготовки звітних даних, але викликає такі проблеми:

1) фінансова звітність малого бізнесу порівняно зі звичайною більшою мірою носить фіскальний характер, оскільки її основними користувачами є фіскальні органи, органи статистики та державного управління, що спотворює мету звітності – надання інформації для прийняття управлінських рішень;

2) у такій звітності не вистачає інформації про грошові потоки, що є корисною для інвесторів, кредиторів, контрагентів як основа оцінювання спроможності підприємства генерувати грошові кошти, якості менеджменту та порівняння теперішньої вартості майбутніх грошових потоків різних суб'єктів господарювання.

Як альтернативу МСП можуть самостійно прийняти рішення про застосування міжнародного стандарту «МСФЗ для МСП» [9], але при цьому позбавляються права на подання скороченої фінансової звітності, а мають готувати Звіт про фінансовий стан (Баланс), єдиний Звіт про сукупний дохід або окремий Звіт про прибутки та збитки, Звіт про зміни у власному капіталі, Звіт про рух грошових коштів, Примітки та іншу пояснювальну

інформацію. Така вимога національних стандартів нам здається такою, що не стимулює розвиток малого бізнесу, а з огляду на розмір указаних суб'єктів господарювання та їх організаційно-правову форму (зазвичай товариства з обмеженою відповідальністю) є недоцільною (у частині розкриття інформації Звіту про зміни у власному капіталі та Приміток). На нашу думку, інвесторам було б достатньо перших трьох форм фінансової звітності малого бізнесу, що повністю відповідає меті МСФЗ для МСП: задовольнити потреби користувачів фінансової звітності таких підприємств та збалансувати витрати і вигоди під час підготовки цієї звітності [9].

За результатами дослідження ідентифіковано основні відмінності МСФЗ для МСП від звичайних вимог МСФЗ (табл. 1), що дають змогу стверджувати: за наявності спрощень даний стандарт тим не менше дає виважений підхід і не суперечить ідеології міжнародних стандартів обліку та фінансової звітності.

Що стосується досвіду імплементації МСФЗ для МСП у національне законодавство, цікавою є така статистика: станом на березень 2019 р. даний МСФЗ є дозволеним або обов'язковим у 86 юрисдикціях, у 9 – знаходиться на стадії розгляду, у 71 – не використовується та не планується до застосування [10]. Тобто майже 43% країн не вбачають необхідності у впровадженні вказаного стандарту, зокрема тому, що МСП будуть обтяжені великим адміністративним навантаженням з урахуванням можливості ведення обліку на таких суб'єктах господарювання не професійними бухгалтерами, а власниками чи менеджерами. У роботі узагальнено дослідження Європейської Комісії [11] та ідентифіковано аргументи за і проти застосування МСФЗ для МСП (табл. 2).

Що стосується перспектив імплементації МСФЗ для МСП в Україні, цей стандарт може виявитися для вітчизняних МСП інструментом, який дасть змогу:

- підвищити якість звітності, а відповідно, й привабливості для іноземних контрагентів;
- поліпшити інвестиційний клімат шляхом залучення зарубіжних інвесторів;
- поліпшити інформативність звітних форм для зовнішніх користувачів;
- підвищити ефективність управлінських рішень.

Саме завдяки застосуванню даного стандарту можуть стати доступними позики зарубіжних банків за нижчими відсотковими ставками порівняно з вітчизняними, що є важливою мотивацією застосування МСФЗ для МСП, бо нестача дешевих кредитів для малого та середнього бізнесу призводить до численних негативних наслідків, серед яких – зростання собівартості продукції та ускладнення модернізації виробництва через нестачу коштів. Ще однією перевагою використання стандарту для

Таблиця 1

Основні відмінності МСФЗ для МСП від вимог МСФЗ

Напрямок спрощень	Сутність спрощень
Вимоги до розкриття	скорочені: 300 елементів проти 3000 у повному комплекті МСФЗ
Внесення змін	не частіше, ніж раз на три роки
Принципи визнання та оцінки	<ul style="list-style-type: none"> – за визначених умов фінансові інструменти оцінюються за покупною або амортизованою вартістю, інші фінансові інструменти – за справедливою вартістю, спрощені вимоги до припинення визнання фінансових інструментів та обліку хеджування грошових потоків; – відсутні вимоги до аналізу ліквідаційної вартості, строку корисного використання, методу амортизації на кожну звітну дату основних засобів і нематеріальних активів (окрім обставин очевидної зміни цих параметрів); – запропонована модель визнання біологічних активів за собівартістю з подальшою амортизацією і знеціненням; – витрати на позики та НДДКР списуються на фінансовий результат у міру понесення; – відсутня окрема вимога класифікації й оцінки активів, призначених для продажу, але є вимога проведення тесту на знецінення; – гудвіл та інші нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизуються протягом прогнозованого терміну корисного використання (або 10 років, якщо його неможливо визначити); – інвестиції в асоційовані організації і спільні підприємства обліковуються за вартістю придбання (за наявності публічних котирувань на акції – за справедливою вартістю); – відсутній розгляд прибутку на акцію, операційних сегментів, проміжної фінансової звітності як непритаманних МСП.

Таблиця 2

Аргументи за та проти використання МСФЗ для МСП

Доводи за використання	Доводи проти використання
Створення порівняності звітності суб'єктів господарювання незалежно від їхнього розміру, що буде сприяти міжнародному співробітництву та залученню інвестицій	Недостатнє спрощення для безпроблемного використання, можливе перевищення додаткових витрат на складання звітності над потенційними вигодами
Зниження вартості капіталу	Збільшення витрат на підготовку звітності
Підвищення мобільності обліковців на світовому ринку праці	Додаткові витрати на перенавчання обліковців
Полегшення складання консолідованої звітності підприємств, що мають філії в різних країнах	Зменшення зрозумілості фінансової звітності для пересічного користувача
Можливість використання стандарту як спрощеної версії повного комплексу МСФЗ під час підготовки до розміщення цінних паперів на світових фондових ринках та біржах	Збільшення витрат на підготовку додаткового комплексу звітності для фіскальних цілей

МСП є спрощення процесу переходу на повний комплект МСФЗ у разі, коли суб'єкт господарювання перестане відповідати критеріям малого чи середнього підприємства. Крім того, вітчизняним користувачам важко працювати з двома різними концептуальними основами звітності в межах однієї юрисдикції в рамках прийняття управлінських рішень. Імплементация МСФЗ для МСП усуне цю незручність.

Для держави також спостерігається позитивний ефект імплементації, зокрема: підвищення репутації МСП на міжнародній арені, послаблення економічних та торговельних бар'єрів під час виходу МСП на світовий ринок, формування внутрішнього конкурентоспроможного ринкового середовища, активізація надходження додаткового іноземного фінансування та інвестування, активізація участі вітчизняних обліковців у міжнародній кооперації тощо.

Однак слід констатувати, що нині існують такі проблеми застосування МСФЗ для МСП:

1. Високі фінансові витрати на введення стандарту: на інформаційні технології (автоматизацію облікової та управлінської систем підприємства), перенавчання обліковців та менеджерів МСП, обов'язковий аудит звітності (під час виходу на міжнародний ринок, що є основною метою застосування МСФЗ для МСП).

2. Низька кваліфікація обліковців: понад 70% вітчизняних бухгалтерів визнають, що не знають МСФЗ, тому МСП змушені будуть витратити на перепідготовку не тільки кошти, а й час (у середньому від трьох до шести місяців), що не завжди буде ефективним (навіть за достатньої теоретичної обізнаності якісному складанню звітності може завадити недостатній досвід бухгалтерів).

3. Відсутність мотивації зміни облікової системи: більшість підприємств не планує вихід

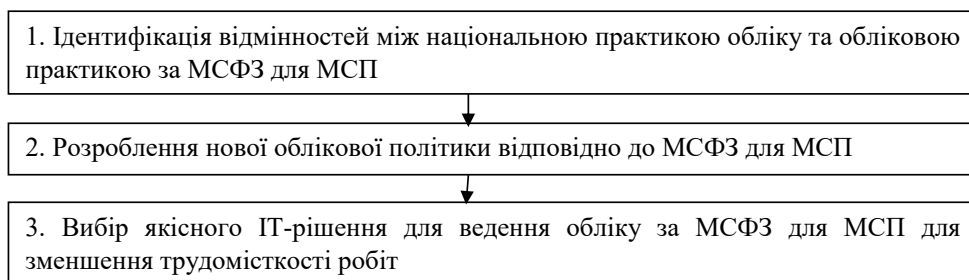


Рис. 1. Алгоритм дій суб'єкта господарювання під час застосування МСФЗ для МСП

на світові ринки й уважає, що ведення обліку за МСФЗ для МСП лише змінить зовнішній вигляд фінансової звітності.

За результатами дослідження розроблено алгоритм першочергових дій суб'єкта господарювання у сфері організації та ведення обліку, представлений на рис. 1.

Ми наполягаємо, що без готового модульного додатку, який включатиме робочий план рахунків відповідно до вимог МСФЗ, що може налаштовуватися під потреби компанії, трансляцію облікових записів із підсистеми обліку за НП(С)БО до системи за МСФЗ, формування фінансової звітності за новими вимогами, розроблення облікової політики, можливість внесення коригувальних записів у «ручному» режимі, перехід на нову концептуальну основу звітності буде трудомістким, а тому поодиноким. Ми вважаємо, що замовником такого програмного продукту може виступити держава, а в рамках програм підтримки МСП можливе відшкодування витрат підприємствам у разі його придбання (наприклад, шляхом надання податкових пільг чи прямого фінансування).

Іншими державними заходами, що мотивують МСП до впровадження МСФЗ для МСП в Україні, можуть виступити такі:

1) загальне поліпшення бізнес-клімату (через зменшення податкового навантаження чи збільшення обсягів нефінансової підтримки), що сприятиме підвищенню загальної конкурентоспроможності продукції МСП;

2) встановлення партнерських взаємовідносин між фіскальними інститутами та економічними агентами стосовно виявлення та усунення протиріч у нормативній базі, гармонізації форм та показників податкової та фінансової звітності;

3) надання безкоштовних експертних консультацій у галузі застосування МСФЗ, зокрема введення посади омбудсмена з питань впровадження стандартів для МСП та розв'язання проблем, що виникають на практиці;

4) організація заходів із підвищення кваліфікації облікових та управлінських кадрів, зокрема в мережі державних ЗВО.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки:

1. Перехід на міжнародні стандарти надає переваги як для кожного окремого суб'єкта господарювання, так і для країни загалом, однак супроводжується проблемами організаційного, фінансового, кадрового характеру, відсутністю мотивації суб'єктів господарювання та підтримки з боку держави.

2. Імплементация МСФЗ для МСП має розглядатися як елемент загальнодержавної підтримки малого та середнього бізнесу, а сам механізм підтримки має бути орієнтований на адресне мотивування на основі програмного підходу.

Дослідження процедури імплементации МСФЗ у сфері малого бізнесу буде напрямом подальших пошуків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вакульчик О.М., Сабарська Є.В. Використання міжнародних стандартів фінансової звітності суб'єктами малого бізнесу в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 1(18). С. 279–287.

2. Небильцова О.В., Король В.І. Особливості застосування міжнародного стандарту фінансової звітності для малих та середніх підприємств у Європейському Союзі та Україні. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 21. № 2. С. 292–297.

3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України № 4618-VI від 22.03.2012. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17> (дата звернення: 10.01.2020).

4. Варцаба В.І., Кампо Г.М. Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 3(44). С. 122–125.

5. Основні перепони у розвитку та напрями підтримки підприємництва. URL : <http://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2016/10/perepony.png> (дата звернення: 10.01.2020).

6. Гевлич Л.Л., Гевлич І.Г. Державна підтримка вітчизняного малого бізнесу: стан та перспективи. *Економіка і суспільство*. 2017. № 11. С. 66–71.

7. Мельник В.М., Ломачинська І.А. Роль держави у фінансовому забезпеченні малого і середнього підприємництва в Польщі: висновки для України. *Економічний вісник. Серія «Фінанси, облік, оподаткування»*. 2017. Вип. 1. С. 120–128.

8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність» : Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 № 559. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> (дата звернення: 10.01.2020).

9. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП). URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_063#n523 (дата звернення: 10.01.2020)

10. Офіційний сайт IFRS. URL : <https://www.ifrs.org/> (дата звернення: 10.01.2020).

11. Офіційний сайт European Commission. URL : <https://ec.europa.eu/> (дата звернення: 10.01.2020).

REFERENCES:

1. Vakulchuk O.M., Sabarska Ye.V. (2019) Vykorystannya mizhnarodnykh standartiv finansovoyi zvitnosti sub'yektamy malogo biznesu v Ukrayini. [Use of International Financial Reporting Standards by Small Businesses in Ukraine]. *Sxidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, no 1 (18), pp. 279-287.

2. Nebylczova O.V., Korol V.I. (2015) Osoblyvosti zastosuvannya mizhnarodnogo standartu finansovoyi zvitnosti dlya maly`x ta serednix pidpryemstv u Yevropejskomu Soyuzi ta Ukrayini. [Features of the application of the International Financial Reporting Standard for small and medium-sized enterprises in the European Union and Ukraine]. *Ekonomichnyj analiz*, vol. 21, no. 2, pp. 292-297.

3. Verhovna Rada Ukrayiny (2012) Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku malogo i serednogo pidpryemnyctva v Ukrayini [On the development and state support of small and medium-sized enterprises

in Ukraine]. (accessed 10 January 2020). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

4. Varczaba V.I., Kampo G.M. (2014) Problemy finansovogo zabezpechennya rozvytku malogo biznesu. [Problems of financial support for the development of small business]. *Naukovyj visnyk Uzhgorodskogo universytetu*, vol. Ekonomika, no. 3(44), pp. 122-125.

5. Osnovni perepony u rozvytku ta napryamy pidtrymky pidpryemnyctva. [Main obstacles in the development and directions of support of entrepreneurship]. (accessed 10 January 2020). URL: <http://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2016/10/perepony.png>.

6. Hevlych L.L., Hevlych I.G. (2017) Derzhavna pidtrymka vitchyznyanogo malogo biznesu: stan ta perspektyvy. [State support for domestic small business: status and prospects]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 11, pp. 66-71.

7. Melnyk V.M., Lomachynska I.A. (2017) Rol derzhavy u finansovomu zabezpechenni malogo i serednogo pidpryemnyctva v Polshi: vysnovky dlya Ukrayiny. [The role of the state in providing financial support to small and medium-sized enterprises in Poland: conclusions for Ukraine]. *Ekonomichnyj visnyk*, vol/ finansy, oblik, opodatkovannya, no. 1, pp. 120-128.

8. Ministerstvo finansiv Ukrayiny (2000). Nacionalne polozhennya (standart) buxgalterskogo obliku 25 «Sproshhena finansova zvitnist» [National Accounting Standard 25 "Simplified Financial Statements"]. (accessed 10 January 2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.

9. International Accounting Standard Board (2013) Mizhnarodnyj standart finansovoyi zvitnosti dlya malyx ta serednix pidpryemstv/ [IFRS for SME]. (accessed 10 January 2020). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_063#n523.

10. IFRS: sajт. (accessed 10 January 2020). URL: <https://www.ifrs.org/>.

11. European Commission: sajт. (accessed 10 January 2020). URL: <https://ec.europa.eu/>.

ПРОБЛЕМИ РОЗУМІННЯ ПРИБУТКУ З ПОГЛЯДУ КЕРІВНИКА І БУХГАЛТЕРА

PROBLEMS OF UNDERSTANDING PROFIT FROM THE VIEW OF THE MANAGER AND ACCOUNTANT

Метою статті є комплекс методичних і практичних питань, які пов'язані зі становленням більш досконалої системи обліку фінансових результатів (прибутку), яка забезпечує підвищення ефективності управління підприємством. У процесі дослідження визначено, що у сучасному бухгалтерському обліку існує низка парадоксів. І один із них такий: прибуток є, а грошей немає. Йдеться про випадки, коли фінансова звітність репрезентує прибуток від діяльності підприємства за звітний період, а коштів на рахунках значно менше, ніж величина прибутку. Звідси виникає непорозуміння між керівником і бухгалтером щодо розміру прибутку. Із цього випливає, що важливим науковим завданням є обґрунтування відображення в бухгалтерському обліку складників для визначення фінансових результатів та їх відображення у звітності. Для того щоб виконати правильну оцінку прибутковості компанії та визначити реальний рівень заробітку, власнику допомагає вільний потік грошових коштів. Такий аналіз проводять, як правило, у системі управлінської звітності.

Ключові слова: прибуток, фінансові результати, бухгалтерський облік, звітність, гроші, вільний грошовий потік.

занных со становлением более совершенной системы учета финансовых результатов (прибыли), которая обеспечивает повышение эффективности управления предприятием. В процессе исследования установлено, что в современном бухгалтерском учете существует ряд парадоксов. И один из них таков: прибыль есть, а денег нет. Речь идет о случаях, когда финансовая отчетность показывает прибыль от деятельности предприятия за отчетный период, а средств на счетах значительно меньше, чем величина прибыли. Отсюда возникает непонимание между руководителем и бухгалтером насчет величины прибыли. Из этого следует, что важной научной задачей является обоснование отражения в бухгалтерском учете составляющих для определения финансовых результатов и их отражения в отчетности. Для того чтобы выполнить правильную оценку прибыльности компании и определить реальный уровень заработка, владельцу помогает такой показатель, как свободный поток денежных средств. Такой анализ проводят, как правило, в системе управленческой отчетности.

Ключевые слова: прибыль, финансовые результаты, бухгалтерский учет, отчетность, деньги, свободный поток денежных средств.

Целью данной статьи является комплекс методических и практических вопросов, свя-

УДК 657

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-64>

Кучеркова С.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Kucherkova Svitlana

Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University

The purpose of this article is a set of methodological and practical issues that are associated with the development of a more perfect system of accounting for financial results (profit), which improves the efficiency of business management. In the course of the study, it was determined that there are a number of paradoxes in modern accounting. And one of them is: there is profit, but no money. These are cases where the financial statements represent the profit from the activity of the enterprise during the reporting period and the funds on the accounts – much less than the amount of profit. These are cases where the financial statements represent the profit from the activity of the enterprise during the reporting period and the funds on the accounts – much less than the amount of profit. This begs the question: is the reporting prepared according to regulations prescribed by the rules, reliable from the position of the owner for management purposes? It is completely impossible to do this because there are certain paradoxes in accounting methodology. These nuances are objective, they need to be known, understood and taken into account. It leads to a misunderstanding between the manager and the accountant about the amount of profit. The accountant in his work is guided by laws, regulations and other normative legal documents, his actions are clearly regulated. Instead, the manager has a managerial logic: he looks at the current situation and on the basis of actual indicators to predict future events. And in order to do this, it is important to understand the accounting numbers correctly. Exploring this question, the conventional examples show the general manifestations of this paradox. Profit is an intangible, virtual concept. It is measured by money but does not exist as money. Therefore, an important scientific task is to substantiate the accounting for the components to determine the financial results and to reflect them in the financial statements. Free cash flow will help the owner to make a proper assessment of the company's profitability and determine the real level of earnings. Such analysis is usually carried out in the management reporting system. Free cash flow is the amount of cash that owners can withdraw from a business without sacrificing their business. In other words, it is the real, not "paper" income of the owner from investing in the company. And you can get metrics to calculate cash flows from your current accounting and financial statements.

Key words: profit, financial results, accounting, reporting, money, free cash flow.

Постановка проблеми. Облік фінансових результатів підприємства, їх аналіз і прийняття управлінських рішень тактичного та стратегічного характеру посідають центральне місце в регульованій ринковій економіці.

Головним показником, який характеризує фінансову результативність підприємства, є прибуток. Такий показник визначає основну мету підприємницької діяльності. В умовах ринкової економіки прибуток розглядають як узагальнюючий показник фінансового результату господарської діяльності підприємств. Прибуток є центральною категорією в економіці кожного підприємства,

а тому навколо цього поняття завжди точилися дискусії як серед економістів, так і серед бухгалтерів. Багато вчених приділяли і приділяють увагу процедурі визначення фінансових результатів. І це не випадково, оскільки власники, працівники, кредитори, інвестори тощо по-різному оцінюють ті чи інші об'єкти обліку, і неминучі різні методологічні підходи до визначення фінансових результатів [4, с. 459].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теорії і практики цієї категорії, особливо обліку фінансових результатів, зробили відомі вітчизняні та зарубіжні вчені:

А. Бабо, І.О. Бланк, О.С. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, М.Я. Дем'яненко, К. Друрі, Г.Г. Кірейцев, М.В. Кужельний, В.Г. Лінник, В.Б. Моссаковський, С.В. Мочерний, П.Т. Саблук, В.К. Савчук, Я.В. Соколов, В.В. Сопко, Е.С. Хендріксен, М.Г. Чумаченко та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження комплексу теоретичних і методичних питань, які пов'язані зі становленням більш досконалої системи обліку фінансових результатів, яка забезпечує підвищення ефективності управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим науковим завданням є обґрунтування відображення в бухгалтерському обліку складників для визначення фінансових результатів та їх відображення у звітності, що дає можливість достовірно характеризувати рівень ефективності виробництва на підприємствах, а саме доходів і витрат.

Прибуток як економічна категорія являє собою абстракцію, теоретичне обґрунтування, адже економіка зародилася на основі бажання усвідомити принципи роботи господарського механізму. Для практичного ж застосування необхідна інтерпретація цієї категорії, що розглядається прикладними економічними науками, до яких належить бухгалтерський облік [8, с. 92].

У сучасному бухгалтерському обліку існує низка парадоксів. І один із них такий: прибуток є, а грошей немає. Йдеться про випадки, коли фінансова звітність репрезентує прибуток від діяльності підприємства за звітний період, а коштів на рахунках значно менше, ніж величина прибутку. Звідси виникає питання: чи можна звітність, складену за прописаними нормативними документами правилами,

вважати достовірною з позиції власника для потреб управління [1, с. 92]? Повністю це зробити неможливо через те, що самій бухгалтерській методології притаманні певні парадокси. Вони об'єктивні, їх треба знати, розуміти і брати до уваги.

Доволі часто в практичній діяльності підприємств виникають питання:

чому прибуток не є фінансовим результатом для власника?

що є фінансовим результатом для власника?

Бухгалтер у своїй роботі керується законами, постановами та іншими нормативно-правовими документами, його дії чітко регламентовані. Натомість у керівника управлінська логіка, він дивиться на поточну ситуацію, і на підставі фактичних показників йому потрібно передбачити і спрогнозувати майбутні події. А для того щоб це зробити, слід правильно розуміти бухгалтерські цифри.

Багато підприємців не розуміють: чому прибуток є, а грошей немає? де гроші?

Досліджуючи це питання, на умовних прикладах покажемо загальні прояви цього парадоксу.

Приклад 1.

Підприємство придбало ТМЦ, вартість яких більша за прибуток, відображений у формі № 1 «Баланс». В активі залишки грошових коштів (готівка та на рахунках у банку) незначні, а прибуток значний (табл. 1 і 2).

Потім підприємство придбало виробниче обладнання вартістю 1 500 тис грн. Тоді Баланс набуде такого вигляду (табл. 2).

Очевидно, що борги підприємства (1 200 тис грн) не можуть бути погашені наявними грошима (250 тис грн).

Таблиця 1

Баланс (вихідний), тис грн

АКТИВ		ПАСИВ	
I Необоротні активи		I. Власний капітал	
...
Основні засоби	1000	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	4500
...
Усього за розділом I	1500	Усього за розділом I	5500
II Оборотні активи		II Довгострокові зобов'язання і забезпечення	
Запаси	4000
...	...	Усього за розділом II	200
...	...	III. Поточні зобов'язання і забезпечення	
Гроші та їх еквіваленти	1750	Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1000
...
Усього за розділом II	6500	Усього за розділом III	2300
...
Баланс	8000	Баланс	8000

Баланс (вихідний для прикладів 2, 3), тис грн

АКТИВ		ПАСИВ	
I Необоротні активи		I. Власний капітал	
...
Основні засоби	2500	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	4500
...
Усього за розділом I	3000	Усього за розділом I	5500
II Оборотні активи		II Довгострокові зобов'язання і забезпечення	
Запаси	4000
...	...	Усього за розділом II	200
...	...	III. Поточні зобов'язання і забезпечення	
Гроші та їх еквіваленти	250	Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1000
...
Усього за розділом II	5000	Усього за розділом III	2300
...
Баланс	8000	Баланс	8000

Таблиця 3

Баланс, тис грн

АКТИВ		ПАСИВ	
I Необоротні активи		I. Власний капітал	
...
Основні засоби	2500	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	5100
...
Усього за розділом I	3000	Усього за розділом I	6100
II Оборотні активи		II Довгострокові зобов'язання і забезпечення	
Запаси	2000
...	...	Усього за розділом II	200
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	2600	III. Поточні зобов'язання і забезпечення	
Гроші та їх еквіваленти	250	Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1000
...
Усього за розділом II	5600	Усього за розділом III	2300
...
Баланс	8600	Баланс	8600

Водночас Баланс (табл. 2) характеризує підприємство як високорентабельне.

Приклад 2.

Підприємство реалізувало продукцію (роботи, послуги) але грошові кошти не отримало. У цьому разі виникає прибуток, його рентабельність зростає, але з боргами розрахуватися неможливо.

Припустимо, що підприємство продало половину власних запасів із націнкою 30%. Гроші від покупців ще не отримано. За бухгалтерськими правилами ця націнка має бути показана як отриманий прибуток (600 тис грн) (табл. 3).

Прибуток зріс, а грошей більше не стало.

Приклад 3.

Сільськогосподарське підприємство на умовах емфітевзису придбало право користування земельними ділянками у фізичних осіб. Сплачено 245 тис грн. За бухгалтерськими правилами це витрати майбутніх періодів, тому вони збільшать актив балансу за відповідною статтею (табл. 4). І лише впродовж строку дії договорів емфітевзису зазначені суми підлягатимуть поступовому списанню на прямолінійній основі до складу витрат діяльності та зменшуватимуть нерозподілений прибуток.

Таблиця 4

Баланс, тис грн

АКТИВ		ПАСИВ	
I Необоротні активи		I. Власний капітал	
...
Основні засоби	2500	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	5100
...
Усього за розділом I	3000	Усього за розділом I	6100
II Оборотні активи		II Довгострокові зобов'язання і забезпечення	
Запаси	2000
		Усього за розділом II	200
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	2600	III. Поточні зобов'язання і забезпечення	
Гроші та їх еквіваленти	5	Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1000
Витрати майбутніх періодів	245
Усього за розділом II	5600	Усього за розділом III	2300
...
Баланс	8600	Баланс	8600

Отже, фінансова звітність може репрезентувати прибуток за незначної кількості наявних грошових коштів, якщо, зокрема:

- кошти вкладено в немонетарні (негрошові) активи;
- у підприємства є непогашена дебіторська заборгованість;
- бухгалтер не списав поточні витрати, і вони відображені в балансі.

Кожен із розглянутих випадків окремо або всі разом можуть ускладнити платоспроможність підприємства або навіть призвести до банкрутства.

Ми звикли до формулювання, що головна мета будь-якого бізнесу – це отримання прибутку. Так стверджує і Господарський кодекс (ч. 1 ст. 42) [2].

У розвинутих країнах світу норма і маса прибутку є головною метою підприємців та критерієм ефективності виробництва. Середня норма прибутку великих компаній становить близько 12%. Його величина залежить від швидкості обороту виробничих фондів, зниження собівартості продукції, зростання продуктивності праці, величини створеного додаткового продукту та інших чинників.

Показник прибутку наводиться у трьох формах фінансової звітності:

- формі № 1 – у вигляді нерозподіленого прибутку (тобто частини чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів, формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби) за весь період функціонування підприємства;
- формі № 2 «Звіт про фінансові результати» (Звіт про сукупний дохід) – чистий прибуток за звітний період;

– формі № 4 «Звіт про власний капітал» – нерозподілений прибуток за звітний період та сукупно за весь період діяльності суб'єкта господарювання [7, с. 10].

Багато дослідників задаються питанням, що являє собою прибуток. У навчально-методичній літературі є два підходи до визначення прибутку. Виходячи з концепції статичного балансу, прибуток – це приріст власного капіталу, який знаходиться в пасиві балансу.

Відповідно до концепції динамічного балансу, прибуток – величина розрахункова, яка визначається як різниця між доходами і витратами. Залежно від вибраних правил визнання доходів і витрат ця величина буде змінюватися [3, с. 81].

Отже, прибуток – нематеріальне, віртуальне поняття. Деякі автори [6, с. 10] порівнюють прибуток зі швидкістю. Швидкість можна виміряти, але вона не існує в матеріальному вираженні. Так і прибуток: він вимірюється грошима, але не існує як гроші.

Швидкість – величина відносна, залежить від того, вимірюємо ми її щодо пасажира чи пішохода. І величина прибутку залежить від вибраної системи обліку. Швидкістю неможливо безпосередньо скористатися як результатом, але вона є необхідною умовою досягнення цього результату – потрапляння в заданий пункт.

Так само власник не може скористатися прибутком як фінансовим результатом, але прибуток необхідний підприємству для зростання і розвитку.

Іноді у побуту кажуть, що за рахунок прибутку придбали автомобіль, обладнання... Але це не так. За бухгалтерською методологією всі подібні придбання тільки змінюють структуру активу балансу, не зачіпаючи представлених фінансових

результатів. Джерелом придбання різних активів є вільні грошові кошти на розрахунковому рахунку, а не умовний результат, який відображається у фінансовій звітності. Усі купують тільки за гроші.

Таким чином, для власника прибуток другорядний. Наявність прибутку – необхідна, але недостатня умова отримання фінансового результату. Це тільки показник економічної ефективності бізнесу, швидкість, з якою компанія зростає і збільшує свою потенційну можливість генерувати грошові потоки для кредиторів та власників.

За такого підходу основними показниками фінансової результативності бізнесу для власника є вільний грошовий потік.

Вільний грошовий потік – це та сума грошових коштів, яку власники можуть вивести з компанії без шкоди для її діяльності. Іншими словами, це реальний, а не «паперовий» прибуток власника від вкладення в компанію.

Уважається, що є два види вільного грошового потоку: для компанії і для власника.

Вільний грошовий потік для компанії (Free Cash Flow, FCF) – це та сума коштів, яку здатна згенерувати компанія за підсумками звітного періоду. Ця сума може бути розподілена між кредиторами, акціонерами та інвестиційними проєктами компанії.

Вільний грошовий потік фірми – це чистий грошовий потік за мінусом капітальних витрат:

$$FCF = \text{Net Cash Flow} - \text{CAPEX},$$

де Net Cash Flow – чистий грошовий потік;
CAPEX – капітальні витрати.

Дані для розрахунку можна взяти з форми № 3 «Звіт про рух грошових коштів», яка є обов'язковою у складі річної фінансової звітності для великих підприємств, а також управлінської звітності.

Є ще одна формула розрахунку вільного грошового потоку компанії. Вільний грошовий потік дорівнює різниці між EBITDA та сумою сплаченого податку на прибуток (Tax), інвестицій (CAPEX) та зміною оборотного капіталу (NWC), тобто:

$$FCF = \text{EBITDA} - \text{Tax} - \text{CAPEX} - \text{NWC}.$$

Вільний грошовий потік власника/інвестора (Free Cash Flow on Equity, FCFE) відображає ту суму грошей, яка припадає безпосередньо на власників компанії. Він дорівнює різниці вільного грошового потоку компанії (FCF), сплачених відсотків (Interest) і сальдо отриманих та виплачених позикових коштів (Loan Received – Loan Paid), тобто:

$$\text{FCFE} = \text{FCF} - \text{Interest} - (\text{Loan Received} - \text{Loan Paid}).$$

Розрахунок показника FCFE необхідний, адже компанія не може собі дозволити взяти кошти в борг і виплачувати з них дивіденди. Та й політиками кредитних установ це найчастіше

заборонено. FCFE – це саме той показник, на який дивляться інвестори, коли розглядають компанію як об'єкт вкладення капіталу.

Висновки з проведеного дослідження.

Чистий прибуток не може відобразити отримані в реальному вираженні кошти: суми на папері і банківському рахунку компанії – це різні речі, здебільшого дані фінансової звітності не завжди є фактичними і нерідко носять чисто номінальний характер. Наприклад, переоцінка курсової різниці або амортизаційні відрахування не приносять реальних грошових коштів, а кошти за проданий товар фігурують як прибуток, навіть якщо гроші ще реально не отримано від покупця товару.

Виконати правильну оцінку прибутковості компанії та визначити реальний рівень заробітку власнику допомагає вільний потік грошових коштів. Такий аналіз проводять, як правило, у системі управлінської звітності. А отримати показники для розрахунку грошових потоків можна з поточного бухгалтерського обліку та даних фінансової звітності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лав В.Дж. Как понимать и использовать финансовую отчетность. Москва, 1996. 152 с.
2. Господарський кодекс України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 19.01.2020).
3. Кучеркова С.О. Сутність прибутку та методика визначення фінансового результату діяльності підприємств. *Економіка АПК*. 2005. № 5. С. 78–84.
4. Кучеркова С.О. Бухгалтерський і податковий аспекти визначення прибутку: вітчизняний і зарубіжний досвід. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 35. С. 459–465.
5. Проданчук М.А. Облік і контроль фінансових результатів / за ред. проф. Г.Г. Кірейцева. Київ : Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2004. 232 с.
6. Станкевич В. Прибуток є, а грошей немає. Де гроші? *БалансАгро*. 2019. № 26–27. С. 8–12.
7. Хомин П. Учетное обеспечение отчетности о финансовых результатах должно быть методологически обоснованным. *Бухгалтерский учет и аудит*. 2004. № 6. С. 9–15.
8. Янок Д.А. Економічний зміст фінансових результатів діяльності підприємств. *Економіка АПК*. 2003. № 11. С. 91–95.

REFERENCES:

1. Vinsent Dzh. Lav. (1996) *Kak ponimat' i ispol'zovat' finansovuyu otchetnost'* [How to understand and use financial statements]. Moskva. (in Russian)
2. Verkhovna Rada Ukrainy. (2003). *Hospodarskyi kodeks Ukrainy* [Economic Code of Ukraine] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. (accessed 19 January 2020).
3. Kucherkova S. O. (2005) *Sutnist' prybutku ta metodyka vyznachennya finansovoho rezul'tatu diyal'nosti*

pidpryyemstv. [The essence of profit and the method of determining the financial result of the activity of enterprises]. *Ekonomika APK*, no.5, pp.78-84.

4. Kucherko S. O. (2019) *Bukhhalterskyi i podatkovi aspekty vyznachennia prybutku: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid*. [Accounting and tax aspects of determining profit: domestic and foreign experience]. *Infrastruktura rynku*, no. 35, pp. 459-465.

5. Prodanchuk M. A. (2004) *Oblik i kontrol finansovykh rezultativ* [Accounting and control of financial results]. Kyjiv: Natsionalnyi naukovyi tsentr «Instytut ahrarnoi ekonomiky». (in Ukrainian)

6. Stankevych V. (2019) *Prybutok ye, a hroshei nemaie. De hroshei?* [There is a profit and no money. Where's the money?]. *BalansAhro*. no. 26-27, pp. 8-12.

7. Khomin P. (2004) *Uchetnoe obespechenie otchetnosti o finansovykh rezul'tatakh dolzhno byt' metodologicheski obosnovannym*. [Accounting for reporting financial results should be methodologically sound]. *Bukhgalterskiy uchet i audit*. no. 6, pp. 9-15.

8. Yanok D. A. (2003) *Ekonomichnyy zmist finansovykh rezul'tativ diyal'nosti pidpryyemstv* [Economic content of financial results of activity of enterprises]. *Ekonomika APK*, no. 11, pp. 91-95.

ВПЛИВ ФІЗИЧНОЇ ТЕОРІЇ НА РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ТВАРИННИЦТВА

THE INFLUENCE OF PHYSICAL THEORY ON ACCOUNTING DEVELOPMENT IN ACCOUNTING AND INFORMATION SECURITY MANAGEMENT

У статті розглянуто, що сьогодні в умовах зменшення поголів'я худоби саме положення теорії фізичної економії та концепції сталого розвитку мають бути обліково-інформаційним забезпеченням управління в галузі тваринництва. Адже на рівні суб'єктів господарювання інформація бухгалтерського обліку є підставою для прийняття рішень у сфері управління такою необхідною галуззю народного господарства. Запропоновано авторське бачення саме того, що фізіократи змінили вектор розвитку теорії бухгалтерського обліку в забезпеченні управління галуззю тваринництва на користь сталого розвитку економіки. Урахування положень «Економічної» таблиці, концепції взаємозв'язку п'яти абсолютних благ, кругообігу енергії землі класифікація теорій бухгалтерського обліку сприяло підвищенню ефективності системи обліку, зміцненню акцентів на сталий розвиток управління галуззю тваринництва та процвітанню аграрної сектору в цілому у забезпеченні продовольчої безпеки країни.

Ключові слова: теорія фізичної економії, теорії бухгалтерського обліку, тваринництво, облікові системи, абсолютні блага в аграрній сфері.

В статье рассмотрено, что сегодня в условиях уменьшения поголовья скота

именно положения теории физической экономики и концепции устойчивого развития должны быть учетно-информационным обеспечением управления в области животноводства. Ведь на уровне субъектов хозяйствования информация бухгалтерского учета является основанием для принятия решений в сфере управления так необходимой отраслью народного хозяйства. Предложено авторское видение именно того, что физиократы изменили вектор развития теорий бухгалтерского учета в обеспечении управления животноводством в пользу устойчивого развития экономики. Учет положений «Экономической» таблицы, концепции взаимосвязи пяти абсолютных благ, круговорота энергии земли классификация теорий бухгалтерского учета способствовал повышению эффективности системы учета, смещению акцентов на устойчивое развитие управления животноводством и процветанию аграрного сектора в целом в обеспечении продовольственной безопасности страны.

Ключевые слова: теория физической экономики, теории бухгалтерского учета, животноводство, учетные системы, абсолютные блага в аграрной сфере.

УДК 657.05:004.9:631

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-65>

Людвенко Д.В.

к.е.н., доцент, докторант
Национальний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»

Liudvenko Dmytro

National Science Center
«Institute of Agricultural Economics»

The article describes the context of livestock population decline today. The theory of physical economy (provisions) and the concept of sustainable development should be the accounting of management in the livestock sector information support. Accounting information is the basis for decision-making in the management at the level of economic entities. This is the much needed sector of the national economy. The theoretical basis for the construction of livestock accounting should be the provisions of the theory of physical economy and the concept of sustainable development, in our opinion. It was the work of physiocrats, foreign and domestic scientists, who indicated the need to research this issue. This is the priority of state accounting, control and implementation of food security of the country. Identify the steps of influencing the formation of theories of animal husbandry are management through the disclosure of their relationship based on physiocratic theory. This is determining the purpose of our study. The study of the provisions of the theory of physical economy allows us to isolate the impact on the development of accounting theories. Its providing management of the livestock industry, in our view. It has not found proper disclosure in the writings of modern scientists. The physiocrats have changed the vector of accounting theory development into secured animal husbandry management in favor of sustainable economic development. It is the author's vision. The theory of physical economy has become not only the basis of accounting, as an information system of sectoral government. This theory has become emergence of advanced accounting in agriculture. Such branching is especially important in animal husbandry. The absolute added value is formed in the economics of sustainable development. There are taking into account the provisions of the Economic Table, the concept of the interconnection of the five absolute benefits, the circulation of the earth's energy, the classification of accounting theories has helped to increase the efficiency of the accounting system. Its to shift the emphasis on the sustainable development of animal husbandry management. The prosperity of the agricultural sector is to ensuring security.

Key words: theory of physical economy, accounting theory, animal husbandry, accounting systems, absolute benefits in the agricultural sector.

Постановка проблеми. Глобальним завданням людства за зростання чисельності населення є проблема подолання масштабного голоду. На вирішення цього завдання працюють усі сфери народного господарства у світі. Зростання населення призводить до розширення площ під будівництво житла та об'єктів соціальної інфраструктури. Як результат, зменшуються площі сільськогосподарських земель для ведення рослинницької та тваринницької діяльності. Усе це призводить до продовольчого колапсу в країні й, як наслідок, до порушення політичної, економічної, соціальної, екологічної, продовольчої безпеки.

Розвиток суспільства та новітніх технологій вимагає здійснення та контролю над біологічними активами в галузі тваринництві – сільськогосподарською худобою.

Теоретичним підґрунтям побудови бухгалтерського обліку в галузі тваринництва, на нашу думку, мають бути положення теорії фізичної економії та концепції сталого розвитку. Саме праці фізіократів, іноземних та вітчизняних учених указали на необхідність дослідження даного питання, пріоритетність державного обліку, контролю та здійснення продовольчої безпеки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Можна припустити, що батько фізичної економії Ф. Кене вперше поставив перед обліком завдання в діяльності скотарства (сучасному тваринництві) [2]. Проаналізувавши ці завдання, можна визначити предмет та об'єкти бухгалтерського обліку тваринництва як основні елементи організації облікового процесу. Припускаємо, що погляди Ф. Кене та ранніх фізіократів набули подальшого розвитку в працях В.І. Вернадського, С. Подолинського, М. Руденка [5], В.О. Шевчука [9]. Близькими фізіократичній доктрині є дослідження В.М. Жука [1], П.І. Гайдуцького [8], Г.Г. Кірейцева [3], Л.Я. Корнійчук [4], Л.К. Сука [4], присвячені розвитку бухгалтерського обліку галузі тваринництва.

Упевнено можна стверджувати, що дослідження та визначення методологічних та організаційно-методичних засад бухгалтерського обліку у сфері сільськогосподарського землекористування проводяться [7, с. 23], а от щодо галузі тваринництва – практично відсутні. На нашу думку, це несправедливо, оскільки галузь приймає активну участь у розвитку суспільства та збагачення народу в цілому. Потрібно погодитися з думкою В.О. Шевчук, що ідентифікація та інтерпретація об'єктів обліку саме в галузі тваринництва є дедалі актуальною та необхідною в сучасних еколого-економічних умовах [9, с. 67].

Постановка завдання. Мета статті – визначити етапи впливу на формування теорій бухгалтерського обліку управління галуззю тваринництва через розкриття їх взаємозв'язку на основі фізіократичної теорії.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Беззаперечний факт, що земля – це основний засіб виробництва у сільському господарстві, де унікальною біологічною властивістю є родючість ґрунту – гумус. Це шар, який містить у собі велику кількість сонячної енергії, нагромадженої за рахунок рослин, комах і тварин (рис. 1). Відомим прихильником ідеї теорії фізичної економії є Герой України М.Д. Руденко, який вивів Концепцію про п'ять благ, де відводить худобі одне з провідних місць поряд із землею, зерном, соломною та гноєм. «З погляду природи є своя необхідність у ключовому скотарстві. Далеко не всі землі можна орати – немало таких земель, які легко перетворити на пустелі. Коли етнос гармонійно співіснує з ландшафтом, виробники самі вирішують, як проводити господарство, орати землю чи використовувати пасовища. Там, де орати не можна, сивоволосі мудреці передають із покоління у покоління: не смійте, православні, ворушити землю навіть носками свого взуття...» [5, с. 269]. «Як визначальні для теперішньої і майбутньої життєдіяльності людей об'єкти вони мають бути ретельно відстежуваними» [9, с. 68].

Природа дала людству гумусний шар Землі, рослини, які здатні на фотосинтез, і серед них диво природи – злаки, дала змогу використовувати тваринний світ. Хлібороб із давніх часів орав поле, косив, молотив ... за допомогою тварин. На відміну від тракторів вони продукують угноєння. Але ж тварина – це також природа. Тварин він годував відходами хліборобства, а зерно майже цілком діставалося йому [5, с. 203].



Рис. 1. Місце «людини розумної» в сучасній економіці

Джерело: розроблено автором за [5, с. 249]

Передумовою здійснення такого спостереження, яке виражається через запровадження системи обліку та контролю на рівні підприємства, галузі, держави, є визначення його об'єктів. В.О. Шевчук зазначає: «Облік, контроль та аналіз ефективно виконують покладені на них функції в системах управління економікою сучасних підприємств за умов адекватного визначення їхніх об'єктів. Належна ідентифікація є запорукою визнання та оцінювання цих об'єктів і отримання господарюючими суб'єктами очікуваних економічних вигід від їх ефективного використання» [9, с. 67].

С. Остапчук зазначає, що під час ідентифікації об'єктів обліку у сфері використання сільськогосподарських земель слід враховувати взаємозв'язок землі та **біологічних активів** у виробничому процесі, а також вплив виробництва на динаміку родючості ґрунту [7, с. 24]. Якщо зменшується кількість худоби (нічим годувати), земля менше отримує гною, органічне вибирається із землі разом із зерном та соломом, родючість із кожним роком падає ... відмирають бактерії – зберігаючи вологи [5, с. 54]. Мінеральні добрива можуть допомогти тільки разом з органічними, без них вони здатні зруйнувати структуру ґрунтів. «Гумус – живий організм, повинен бути наповнений бактеріями, черв'яками тощо... Без органіки, на голій хімії, земля родитиме недовго» [5, с. 291]. Можна отримати «...безліч органічних добрив завдяки контролюваному, «вписаному» у природу нарощуванню поголів'я худоби, яку в даному контексті належить розглядати насамперед у ролі продуцента гною як незамінного мінеральними добривами абсолютного блага» [9, с. 69].

Тому слід погодитися, що процеси відновлення та збереження родючості верхнього шару ґрунту – гумусу мають бути об'єктом постійного спостереження державних органів, адже мають визначальне значення для розвитку національної економіки [7, с. 24]. «Слід відзначити, що найбільш родючі землі нічого не вартували б за відсутності багатств, необхідних для здійснення витрат на культуру земель, через те занепад землеробства в державі слід приписувати не лінощам людей, а їх пильності... Якщо б першочергові затрати здійснювалися в достатньому розмірі, то земля вільно могла би приносити сто і навіть більше чистого продукту на сто річних затрат» [2, с. 416].

«Фундаментальну наукову основу для тлумачення абсолютних благ як новітніх об'єктів обліку, контролю та аналізу створює фізична економія – галузь заснована на природничих засадах економічного знання, започаткована фізіократами» [9, с. 68]. Можемо припустити, що «батько фізичної економії» французький королівський лікар Ф. Кене вперше найбільш комплексно підійшов до визначення об'єктів бухгалтерського обліку в скотарстві.

Вважаємо, що «Економічна таблиця» Ф. Кене стала не тільки першою обліковою моделлю суспільного використання сільськогосподарських земель, а й дала зрозуміти економічні процеси в тваринництві. Основоположні ідеї актуальні й сьогодні та стали б в нагоді у вирішенні стратегічних завдань держави щодо продовольчої безпеки в Україні, і не тільки.

Як відомо, основою для розрахунків, проведених Ф. Кене в «Економічній таблиці», були конкретні дані, зібрані французькими статистиками Вобаном, Бюффоном, Буленвільє, Согреном, Дюпре де Сен-Мором. Саме фізіократи здійснили першу і в науці, і в економічній політиці держави спробу довести на мові цифр теорію виникнення багатства у сфері виробництва, а не за обміну, створивши знамениту «Економічну таблицю» [8, с. 307].

Аналізуючи процес виробництва зерна, Ф. Кене не забуває визначити першочергові об'єкти обліку в галузі тваринництва: «Першочерговими благами, які знаходяться в розпорядженні держави, є люди, земля та **худоба**» [2, с. 15]. У галузі тваринництва найбільш яскраво проявляється виробничий потенціал цих ресурсів.

З арифметичної формули «Економічної таблиці» Ф. Кене виводить співвідношення першочергових витрат для приведення землі в придатний для обробітку стан і щорічних затрат на виробництво додаткового продукту. Так, першочергові витрати в п'ять разів перевищують річні затрати. Згодом учений обґрунтовує, що однією з умов ефективного розвитку землеробства є відрахування 10% від отриманого продукту на першочергові затрати, тобто в сучасному розумінні – на капітальні витрати на поліпшення земель [7, с. 25]. «Ми не говоримо, що землекористувачі щорічно утримують поряд з їхніми щорічними затратами ще десять відсотків на першочергові затрати, але ми стверджуємо, що такою є одна з головних умов процвітання і що всякий раз, коли у будь-якої нації це немає місця, дана нація знаходиться в стані занепаду і за цього занепаду, прогресуючого з року в рік, так, що коли відомий напрям руху, можна визначити шляхом розрахунку момент повної катастрофи» [2, с. 354]. На думку фізіократів, обов'язкові витрати на поліпшення земель повинні нести фермери, але це цілком неможливо без участі у відтворенні галузі тваринництва.

Загальновідомо з теорії фізичної економії, що багатством нації є додатковий продукт землеробства та скотарства. Ф. Кене стверджує, що основа багатства формує виробничі витрати, які в «Економічній таблиці» представлені грошовими потоками.

Праця К. Маркса «Капітал» зазначає, що грошові потоки в «Економічній таблиці» Ф. Кене також правильно пояснені не обігом товарів, а їх

виробництвом, тобто процесом обороту капіталу [2, с. 1002]. Виробничі витрати пов'язані з оборотом матеріальних засобів (насіння, добрива, паливо-мастильних матеріалів та ін.) у виробничому процесі. Ф. Кене пише: «Під майном, що поступає в оборот, не слід розуміти лише те майно, яке під час споживання знищується, а й також майно безплідне або безкорисне, яке стає активним, коли використовується, наприклад, для утворення затрат у великих землеробських підприємствах, ... або ж витрачається на поліпшення земельних ділянок за рахунок скотарства, доходи з яких щорічно поступають в оборот» [2, с. 418].

Таким чином, поряд із витратами на відновлення природного відтворення тварин витрати, пов'язані з виробництвом сільськогосподарської продукції за участю тварин, є не менш важливим об'єктом обліку у сфері використання сільськогосподарської худоби. «Важливо не тільки визначити взаємовідношення витрат, а й установити їх наявність, природу, розмір, призначення, а також вивчити розподілення та вказати, що отримує кожен на свою частку [2, с. 323].

На нашу думку, вивчення положень теорії фізичної економії дає змогу виокремити вплив на розвиток теорій бухгалтерського обліку в забезпеченні управління галуззю тваринництва, який не

знайшов належного розкриття у працях сучасних науковців (табл. 1).

Уважаємо, що фізична економія стала основою розбудови бухгалтерського обліку як інформаційної системи галузевого й державного управління. Як зазначає В.М. Жук, у сучасних умовах вона теоретичною основою побудови його нової (або оновленої) парадигми у цілому та аграрного сегмента теорії бухгалтерського обліку зокрема [1, с. 58].

Своєчасне виявлення проблем у тваринництві та ефективно їх вирішення повинні всебічно характеризувати стан галузі і пояснювати тенденції змін (рис. 2).

Необхідно нагадати особливості обліку витрат і виходу продукції тваринництва:

1. У тваринництві витрати враховують за галузями, видами або технологічними групами тварин, виробничими підрозділами і видами вироблених витрат.

2. Виробничий процес у тваринництві відрізняється відносною рівномірністю, тому вважається, що всі витрати даного календарного року відносяться до виробництва продукції цього року. Виняток становлять лише такі галузі, як птахівництво, бджільництво, рибництво, де може бути незавершене виробництво на кінець звітного року.

Таблиця 1

Вплив фізичної економії на розвиток теорій бухгалтерського обліку в обліково-інформаційному забезпеченні управління галуззю тваринництва

Фізична економія Ф. Кене		
Автор теорії	Назва теорії	Відображення в забезпеченні управління галуззі тваринництва
І. Шер	Теорія двох рядів	Просте відображення майнового стану господарства, зайнятого в сільському господарстві: чим більше тварин (Актив), тим більше Капітал
Д. Жермані	Теорія мінімальних облікових зусиль	З'являється перше планування в аграрній галузі (тваринництво): <ul style="list-style-type: none"> • складання планів, кошторисів, інвентаризація • надання простої звітності для керівництва, власників підприємства
Ж. Дюмарше О.П. Рудановський	Позитивна теорія ведення обліку	Правила запису по рахунках у сільському господарстві (тваринництві): тварини мають власні рахунки та субрахунки бухгалтерського обліку за групами, видами тощо
М. С. Лунський	Балансова теорія	<ul style="list-style-type: none"> • Форма Балансу в сільськогосподарському підприємстві та окремо по галузі • Чотири типи господарських операцій
Дж. Чербоні О.М. Галан	Теорія логісмографії	<ul style="list-style-type: none"> • Сільськогосподарське підприємство – «живий організм», який є частиною соціальної організації • Праця людини «розумної» з Природою – Біологічним активом (Твариною)
Л.І. Гомберг	Теорія економології	Аналіз господарської діяльності сільськогосподарського підприємства підпорядковується «Законам Природи», яка не залежить від волі людини
П.Т. Саблук В.О. Шевчук В.М. Жук	Сучасна інституціональна теорія бухгалтерського обліку XXI ст.	Зміщення акцентів на сталий розвиток управління галуззю тваринництва: <ul style="list-style-type: none"> • енергозберігаючий • екологічний • соціальний • юридичний

Джерело: розроблено автором



Рис. 2. Класифікація об'єктів обліку та контролю галузі тваринництва

Джерело: розроблено автором за [6, с. 416]



Рис. 3. Предмет та об'єкти бухгалтерського обліку в галузі тваринництва за фізіократами

Джерело: розроблено автором за [3, с. 50]

3. Технологічний процес у тваринництві характеризується однорідністю виконуваних операцій: годування і догляд за худобою, отримання продукції. Ці операції протікають безупинно і не розмежовуються в часі за видами робіт та окремими операціями.

4. У тваринництві виробничий процес сконцентрований і не залежить від сезонного характеру. Відпадає потреба в розмежуванні витрат по виробничих підрозділах.

Потрібно нагадати, що на вимогу політики сталого розвитку економіки, яка націлена на суб'єкт

господарювання та ефективного використання ресурсів, неможливе без зміни виокремлення об'єкта та предмета бухгалтерського обліку в управлінні галуззю тваринництва (рис. 3). На нашу думку, необхідне нове трактування предмета бухгалтерського обліку управління галуззю тваринництва та об'єктами обліку, що ґрунтується на постулаті інституціональної теорії бухгалтерського обліку, яка дає нове уявлення, що є і буде важливим із погляду запиту інформації в нових економічних умовах господарювання.

Поглиблене уявлення про ідентифікацію об'єктів та предметів бухгалтерського обліку управління галузі тваринництва передбачає новий погляд на господарювання людини в сільському господарстві, що сприятиме політиці сталого розвитку.

Висновки з проведеного дослідження.

Теорія фізичної економії стала основою розбудови бухгалтерського обліку як інформаційної системи галузевого й державного управління. На нашу думку, саме фізіократи змінили вектор розвитку теорій бухгалтерського обліку в забезпеченні управління галуззю тваринництва на користь сталого розвитку економіки. Урахування положень «Економічної таблиці», концепції взаємозв'язку п'яти абсолютних благ, сталий розвиток економіки і поглиблена класифікація теорій бухгалтерського обліку сприяли підвищенню ефективності системи обліку до зміщення акцентів на сталий розвиток управління галуззю тваринництва та процвітання аграрного сектору в цілому.

Разом із тим потрібно поглибити уявлення про формування об'єктів та предметів бухгалтерського обліку управління галуззю тваринництва виходячи з нового погляду на господарювання людини в аграрній сфері. Це дасть змогу сформулювати завдання для подальшого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жук В.М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки : монографія / за ред. О.О. Аврамчук. Київ : ННЦ «Інститут аграрної економіки» УААН, 2009. 648 с.
2. Физиократы. Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ и др. ; пер. с фр., англ. и нем. ; предисл. П.Н. Ключкина. Москва : Эксмо, 2008. 1199 с.
3. Кірейцев Г., Литвиненко В., Мавріна Н. Вплив глобалізації економіки на розвиток системи обліку в Україні. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2014. № 4. С. 47–53.
4. Корнійчук Л.Я., Шевчук В.О. Футурологія і прогностичні ідеї фізичної економії. Київ : КНЕУ ; НАСОНА, 2012. 72 с.
5. Руденко М.Д. Енергія прогресу. Гносис і сучасність Метафізична поема. Публіцистика. Поема. Київ : Журналіст України, 2008. 716 с.
6. Сук Л.К., Сук П.Л. Бухгалтерський облік у галузях народного господарства : навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ : Україна, 2007. 308 с.
7. Остапчук С.М. Фізіократичні засади бухгалтерського обліку використання земель сільсько-

господарського призначення. *Вісник ЖДТУ*. 2014. № 4(70). С. 23–30.

8. Фізична економія у вимірах теорії і практики господарювання / В.М. Жук та ін. ; за ред. Ю.О. Лупенка та ін. Київ : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2013. 502 с.

9. Шевчук В.О. Активи як об'єкти обліку, контролю та аналізу: проблеми еколого-економічної ідентифікації та інтерпретації. *Облік і фінанси*. 2013. № 1(59). С. 66–73.

REFERENCES:

1. Zhuk V.M. (2009) *Kontseptsiya rozvitku bukhgalters'kogo obliku v agrarnomu sektori ekonomiki*: [Concept of development of accounting in the agrarian sector of the economy]. Kyiv: NNTs "Institut agrarnoi ekonomiki" UAAN. (in Ukraine)
2. Kene F. and others (2008). *Fiziokrati. Izbrannie ekonomicheskie proizvedenia*. [Physiocrats. Selected economic works]. Moscow: Eksmo. (in Russian)
3. Kireytshev G., Litvinenko V., Mavrina N. (2014) *Vpliv globalizatsii ekonomiki na rozvitok sistemi obliku v Ukraini* [Impact of globalization of the economy on the development of the accounting system in Ukraine]. *Bukhgalters'kiy oblik i audit*, no 4, pp. 47-53.
4. Kornichuk L., Shevchuk V. (2012) *Futurologia i prognostichni idei fizichnoi ekonomii* [Futurology and prognostic ideas of physical economy]. Kyiv: Ukraina. (in Ukraine)
5. Rudenko M. (2008) *Energia progresu. Gnosis i suchasnist'. Metafizichna poema. Publicistika. Poema*. [Energy of progress. Gnosis and Modernity A metaphysical poem. Nonfiction. Poem]. Kyiv: Zhurnalist Ukraini. (in Ukraine)
6. Suk L.K, Suk P.L. (2007) *Bukhgalters'kiy oblik u galuzyakh narodnogo gospodarstva* [Accounting in the branches of the national economy]. Kyiv: Ukraina. (in Ukraine)
7. Ostapchuk S. (2014) *Fiziokratichni zasadi bukhgalters'kogo obliku vikoristannya zemel' sil'skogospodars'kogo priznachennya* [Physiocratic principles of accounting for the use of agricultural land]. *Visnyk ZhSTU*, no 4 (70), pp. 23-30.
8. Zhuk V. M. and others (2013) *Fizichna ekonomia u vimirah teorii i praktiki gospodaruvannya* [Physical economy in the measurement of theory and practice of management]. Kyiv: NNTs "Institut agrarnoi ekonomiki" UAAN. (in Ukraine)
9. Shevchuk V. (2013) *Aktivi yak ob'ekti obliku, kontrolyu ta analizu: problem ekologo-ekonomichnoi identifikatsii ta interpretatsii* [Assets as objects of accounting, control and analysis: problems of ecological and economic identification and interpretation]. *Oblik i finansy*, no 1 (59). pp. 66-73.

РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ
HR-АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІINTRODUCTION OF MODERN PERSONNEL-TECHNOLOGIES
HR-OUTSOURCING AT THE ENTERPRISE

Статтю присвячено актуальній проблемі запровадження сучасних персонал-технологій HR-аутсорсингу на вітчизняних підприємствах. Досліджено сутність поняття аутсорсингу, охарактеризовано його види. Визначено доцільність запровадження на підприємстві сучасної технології HR-аутсорсингу для управління персоналом, досліджено переваги та недоліки цього процесу. Проведений аналіз показав, що на підприємствах найбільшого поширення набули такі види аутсорсингу, як аутсорсинг підбору персоналу (рекрутмент, хедхантинг), аутсорсинг у системі навчання, аутсорсинг атестації персоналу та кадрового аудиту, аутсорсинг HR-адміністрування, аутстафінг, аутплейсмент, лізинг персоналу. Проведено огляд та характеристику ринку HR-систем, розглянуто їх призначення та функціонал. Дослідження показало, що запровадження на вітчизняних підприємствах сучасних технологій аутсорсингу дасть їм змогу поліпшити ефективність роботи та вивільнити ресурси за рахунок передачі окремих непрофільних функцій стороннім спеціалізованим компаніям для можливості зосередження на основній діяльності та подальшому її розвитку.

Ключові слова: аутсорсинг, HR-аутсорсинг, аутсорсинг персоналу, HRM-система.

Статья посвящена актуальной проблеме внедрения современных персонал-технологий HR-аутсорсинга на отечественных предприятиях. Исследована сущность понятия аутсорсинга, охарактеризованы его виды. Определена целесообразность внедрения на предприятии современной технологии HR-аутсорсинга для управления персоналом, исследованы преимущества и недостатки этого процесса. Проведенный анализ показал, что на предприятиях наибольшее распространение получили такие виды аутсорсинга, как аутсорсинг подбора персонала (рекрутмент, хедхантинг), аутсорсинг в системе обучения, аутсорсинг аттестации персонала и кадрового аудита, аутсорсинг HR-администрирования, аутстаффинг, аутплейсмент, лизинг персонала. Проведен обзор и характеристика рынка HR-систем, рассмотрены их назначение и функционал. Исследование показало, что введение на отечественных предприятиях современных технологий аутсорсинга позволит им повысить эффективность работы и высвободит ресурсы за счет передачи отдельных непрофильных функций сторонним специализированным компаниям для возможности сосредоточения на основной деятельности и дальнейшем ее развитии.

Ключевые слова: аутсорсинг, HR-аутсорсинг, аутсорсинг персонала, HRM-система.

УДК 331.08

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-66>**Гадецька З.М.**

к.т.н., доцент, доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Gadetska Zoya

Cherkassy Bogdan Khmelnytsky National University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9994-8488>

The article is devoted to the actual problem of introduction of modern HR HR-outsourcing technologies at domestic enterprises. In this article the essence of outsourcing is defined, and its forms are described. Outsourcing is one of the tools to optimize your business system configuration. This term defines the sequence of organizational decisions, the essence of which is the transfer of some previously independently performed by the organization functions or activities to an external organization. Depending on an object it is possible to allocate three main types of outsourcing, namely: outsourcing in the sphere of information technologies, outsourcing of separate business processes and production outsourcing. The feasibility of using outsourced staff is defined and its key benefits and risks are described. Outsourcing technology is most often covered by processes related to the recruitment and search of employees (as well as staff leasing and outstaffing), less often the processes of personnel administration and payroll. The carried-out analysis showed that at the enterprises the greatest distribution was gained by such types of outsourcing as staff recruitment outsourcing (recruitment, headhunting), outsourcing in the system of training, outsourcing of certification of personnel and personnel audit, HR administration outsourcing, outstaffing, an autpleysment, leasing personnel. Research and analysis of advantages and disadvantages of outsourcing personnel for enterprises has been carried out. Among the advantages for the company are the following: rapid change in the actual number of employees; replacement of a sick worker; rapid recruitment and training of employees; simplification of record keeping; savings at the expense of personnel; shifting responsibility for payroll and tax payments; reduction of conflicts with trade unions and labor disputes in court. Among the disadvantages are the existence of a possibility of data privacy violation and information leakage; Threat of a raider attack by an outsourcer; there is practically no impact on the employees of the outsourcing company; possibility of outsourcing company bankruptcy, high cost of outsourcing. The conducted review and description of HR-systems market, their purpose and functionality are considered.

Key words: outsourcing, HR-outsourcing, HRM-system.

Постановка проблеми. В умовах ринкової трансформації економіки метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку за найменших витрат, тому перед керівниками підприємств стоять комплексні проблеми підвищення ефективності роботи. Не можна не відзначити, що управління персоналом є одним із найбільш важливих складників компанії, оскільки грамотне

управління персоналом здатне підвищити ефективність діяльності співробітників компанії і збільшити прибуток. Тому одним із пріоритетних завдань підприємства є визначення напрямів і пошук нових сучасних методів та механізмів управління людськими ресурсами. Для цього у сучасній практиці управління персоналом достатньо активно використовують сучасні технології аутсорсингу. Саме

тому, враховуючи вищенаведене, так актуальна тема даного наукового дослідження для забезпечення більш ефективного розвитку підприємств в умовах сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у дослідження питань аутсорсингу зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких праці: Дж. Брайдана Хейвуда [1], Жан-Луї Бравара [2], І.С. Грозного [3], І.Г. Яненкової [4], О.В. Токара [5], В.С. Бойченка [6] та ін. Ними розглянуто науково-теоретичні та практичні підходи до розуміння сутності і трактування поняття «аутсорсинг», його різновидів, використання аутсорсингу у процесі досягнення конкурентних переваг підприємством, в управлінні персоналом, перспективи, переваги та недоліки у запровадженні.

Постановка завдання. Мета статті – здійснити теоретико-методологічний аналіз сучасних технологій аутсорсингу для управління персоналом, розглянути сутність, види, переваги, недоліки та доцільність запровадження цих персонал-технологій на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Одним з інструментів, що дають змогу оптимізувати конфігурацію бізнес-системи, є аутсорсинг. Цей термін визначає послідовність організаційних рішень, суть яких полягає у передачі деяких раніше самостійно виконуваних організацією функцій або видів діяльності зовнішній організації.

Поняття «аутсорсинг» (outsourcing) англomовного походження, що розшифровується як outside source using – використання зовнішніх джерел або ресурсів. Цей термін виник у практичній діяльності на початку 60-х років минулого століття, а саме у 1962 р., коли була заснована Electronic Data System Corporation (EDS). Використання у своїй практиці компанією Eastman Kodak передавання зовнішнім партнерам процесів збирання, обробки та забезпечення інформаційними потоками прийняття управлінських рішень утвердило доцільність застосування аутсорсингу в діяльності компаній-лідерів [4, с. 115–116].

Найбільш удалим трактуванням, яке розкриває економічну сутність аутсорсингу, західні та вітчизняні економісти вважають визначення, запропоноване Дж. Хейвудом у книзі «Аутсорсинг: у пошуках конкурентних переваг», що звучить як «...переведення внутрішнього підрозділу або підрозділів підприємств та всіх пов'язаних із ним активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надати певну послугу протягом певного часу за домовленою ціною» [5, с. 81–82].

Основними мотивами щодо використання аутсорсингу вважаються: звільнення власних кадрових та капітальних ресурсів для вдосконалення профільного напрямку діяльності підприємства; підвищення якості кінцевих товарів чи послуг за рахунок залучення фахівців; пошук варіантів для зниження

внутрішніх витрат за рахунок залучення сторонньої організації; уникнення розширення штату та скорочення витрат на навчання персоналу; недолік власних ресурсів; зниження певних ризиків тощо.

Залежно від об'єкта можна виділити три основних види аутсорсингу, а саме: аутсорсинг у сфері інформаційних технологій, аутсорсинг окремих бізнес-процесів та виробничий аутсорсинг.

Серед сфер діяльності найбільше під технологію аутсорсингу підпадають:

- процеси, пов'язані з підбором і пошуком співробітників (а також лізингом персоналу і аутстафінг), рідше – процеси кадрового адміністрування та розрахунку заробітної плати;

- бухгалтерський аутсорсинг – процес забезпечення бухгалтерського обліку на підприємстві. Це може бути як формування «нульової звітності», так і регулярна співпраця на щоденній основі;

- ІТ-аутсорсинг – аутсорсинг інформаційних технологій включає розроблення різних видів програмного забезпечення; налаштування технічних та програмних засобів; систем зв'язку, вебдизайн, електронний бізнес, безпеку ІТ та ін.

На рис. 1 представлено динаміку ринку аутсорсингу починаючи з 2000 р. Незважаючи на падіння результатів у 2016 р., цей ринок є на сучасному етапі достатньо перспективним [7].

Практика показує, що найчастіше віддаються на аутсорсинг ІТ-завдання. Так, в Азії Індія отримала репутацію дешевого, але обширного ресурсу, але зараз у неї стає все більше конкурентів. Наприклад, дуже активно в напрямі ІТ-аутсорсингу розвиваються Філіппіни. Китай зі своїми виробничими потужностями також виривається в лідери аутсорсингу в Азії. Аутсорсинг у Західній Європі і США представлений не так яскраво, але Великобританія, Нідерланди, Бельгія та Франція є досить розвиненими у цій сфері. У Східній Європі найбільшими країнами-аутсорсерами є Польща, Чехія, Білорусь і, звичайно ж, Україна. Остання є лідером у цьому регіоні, й один тільки ІТ-аутсорсинг щорічно приносить у країну понад 2,5 млрд дол. [8].

Аутсорсинг в Україні має свої особливості щодо популярності окремих його видів. Контакт-центр Cartli провів в Україні спеціалізоване дослідження, яке показало, що 36% опитаних респондентів передають на аутсорсинг різні виробничі процеси, у тому числі: ІТ-послуги (40,5%), логістику (35,1%), ресурсне забезпечення виробничих процесів (27%), маркетингові послуги (21,6%), рекрутмент (18,9%), бухгалтерський облік (13,5%), розрахунок заробітних плат (13,5%), обробку й систематизацію інформації (8,1%), аутсорсинг медичних представників (8,1%), облік кадрів та кадровий супровід (5,4%), адміністративні функції (2,7%) [4, с. 117].

Окрім того, 31% опитуваних засвідчили, що користуються послугами залученого персоналу,

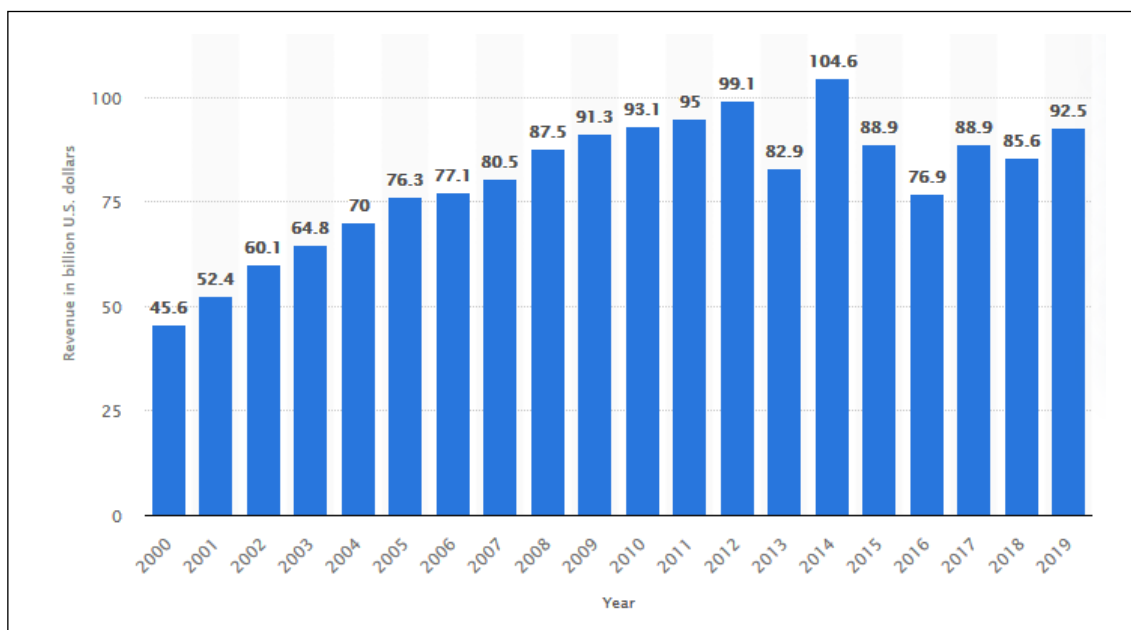


Рис. 1. Обсяг світового ринку аутсорсингових послуг, 2010–2019 рр. (млрд дол. США)

Джерело: побудовано автором на основі [7]

у тому числі 48,4% – на короткотривалі проекти, 35,5% – на довготривалі проекти; 29% – з оформленням персоналу до штату провайдера. Згідно з опитуванням, 41,2% респондентів у разі залучення аутсорсингових послуг економлять власні ресурси; 37,6% досягли оптимізації та прискорення бізнес-процесів; 32,9% – підвищення ефективності; 14,1% – поліпшення якості та контролю над робочими процесами; 14,3% – відчули можливість використовувати рішення, які засновані на новітніх досягненнях галузі [9, с. 23].

У роботі [6, с. 62] проведено оцінку рівня задоволеності послугами аутсорсингу в Україні. Перше місце в рейтингу було відведено аутсорсингу функцій обробки та систематизації інформації (5 балів із можливих 5); друге місце – аутсорсингу послуг із розрахунку заробітних плат та ведення бухгалтерського обліку (по 4,8 бали); третє – послугам обліку кадрів та кадрового діловодства, ІТ-аутсорсингу, аутсорсингу адміністративних функцій (по 4,4 бали).

Виділимо основні форми здійснення аутсорсингових операцій:

- повний аутсорсинг – коли компанія-замовник запрошує виконавця, який повністю виконує всю роботу;

- частковий аутсорсинг – коли відбувається передача виконавцю лише певних функцій на аутсорсинг;

- спільний аутсорсинг – коли обидві сторони виступають партнерами;

- проміжний аутсорсинг – коли компанія-замовник, яка має своїх фахівців із високим рівнем кваліфікації, передає управління ними третій стороні.

На підприємстві найбільшого поширення набув такий вид аутсорсингу, як HR-аутсорсинг. Можна виділити такі види HR-аутсорсингу на підприємстві:

1. Аутсорсинг підбору персоналу (рекрутмент, хедхантінг) – це передача організацією функцій, пов'язаних із кадровим діловодством, компанії-підприємству, що займається підбором і наймом персоналу на тимчасовій або постійній основі.

2. Аутсорсинг у системі навчання – процес навчання, підвищення кваліфікації та професійної перепідготовки персоналу за межами підприємства або шляхом залучення зовнішніх спеціалістів.

3. Аутсорсинг атестації персоналу та кадрового аудиту – це процес оцінки ефективності виконання співробітником своїх посадових обов'язків, відповідність оплати праці з результатами роботи персоналу та підвищенням його кваліфікації, розвиток мотиваційних програм.

4. Аутсорсинг HR-адміністрування – процес підготовки кадрової документації, адміністрування зарплати, складання посадових інструкцій тощо.

5. Аутстафінг – виведення персоналу за штат компанії-замовника та оформлення його у штат компанії-провайдера.

6. Аутплейсмент – працевлаштування звільненого персоналу організації-клієнта через спеціалізовані агенції. Аутплейсмент можна назвати «м'яким» методом звільнення працівників.

7. Лізинг персоналу – залучення кваліфікованого працівника на нетривалий термін у зв'язку із сезонністю, проектною роботою, заміщенням декретного або лікарняного або відпускнуго місця. Розрізняють довгостроковий лізинг – від трьох

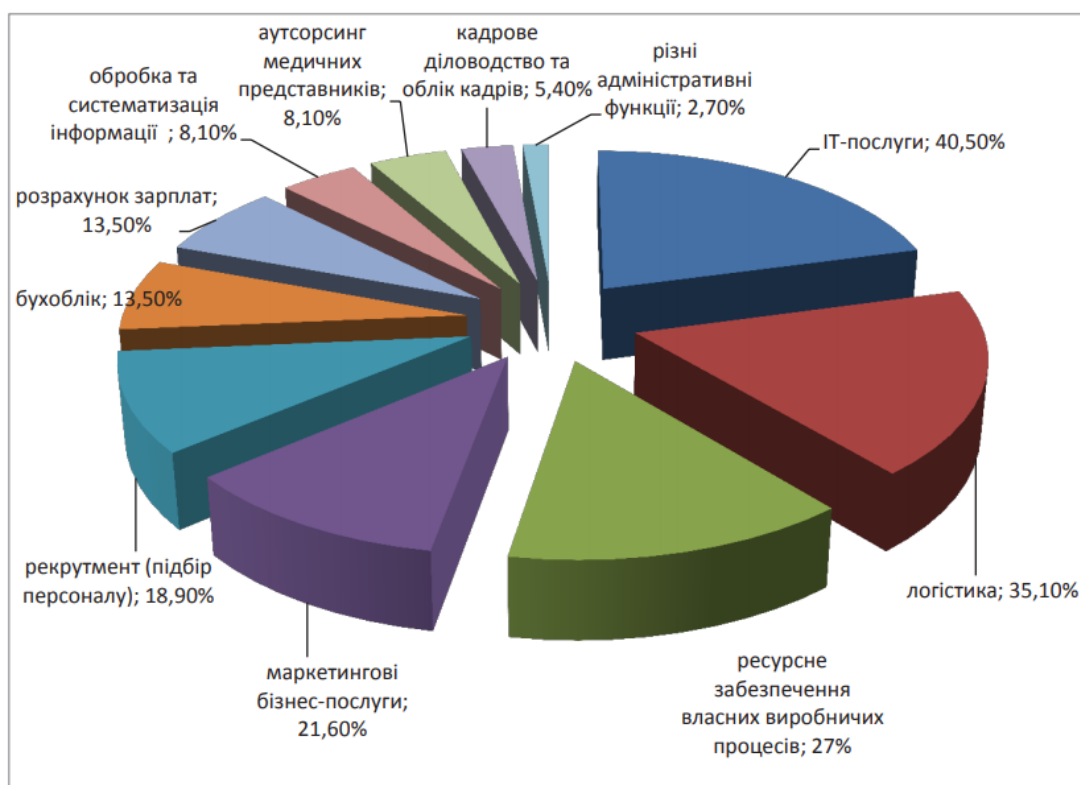


Рис. 2. Застосування різних послуг аутсорсингу на підприємстві в Україні

Джерело: побудовано автором на основі [9]

місяців до кількох років та короткостроковий – від одного дня до двох-трьох місяців.

Таким чином, за сучасних умов розвитку і розповсюдження сучасних технологій управління персоналом використання аутсорсингу кадрових процесів набуває особливого значення для підприємства.

Проведено дослідження та аналіз переваг і недоліків аутсорсингу персоналу для підприємств. Серед переваг для підприємства можна назвати такі: у разі необхідності швидка зміна фактичної кількості працівників; заміна хворого працівника; швидкий підбір працівників на вакансії та їх навчання; спрощення ведення діловодства; економія за рахунок кадрового підрозділу; відсутність формальних зобов'язань у трудових відносинах із працівниками; перекладання відповідальності за розрахунки по зарплаті, сплату податків; зменшення конфліктів із профспілками та трудових спорів у суді; зниження впливу змін у трудовому законодавстві на трудові відносини та ін.

Серед недоліків для підприємства можна назвати такі: існування ймовірності порушення конфіденційності даних та витік інформації; загроза рейдерської атаки з боку аутсорсера; практично відсутній вплив на співробітників аутсорсингової компанії; можливість банкрутства аутсорсингової компанії; насамкінець, вартість аутсорсингу може бути вища за вартість ведення кадрової роботи внутрішніми працівниками.

Отже, враховуючи наведені вище переваги та недоліки HR-аутсорсингу, можна стверджувати, що вибір та остаточне рішення приймає саме підприємство щодо доцільності застосування цієї сучасної технології.

Окрім того, під час упровадження сучасних технологій аутсорсингу для управління персоналом важливо активно застосовувати сучасні ІТ-технології, а саме HRM-системи – автоматизовані комплексні системи управління персоналом. Сьогодні на ринку представлено достатню кількість автоматизованих HR-систем, що допомагають вирішити потреби підприємств, серед них: Hurma – поєднує у собі процеси рекрутингу, HR і OKR; BambooHR – програмне забезпечення для HR-менеджерів у малому і середньому бізнесі, що включає у себе великий набір послуг з управління персоналом і процесами рекрутингу та може бути доповнена інструментарієм з обліку заробітної плати; ZohoPeople – інформаційна система, що надає такі функції: портал співробітників, портал самообслуговування, контрольні списки для бізнес-процесів, організаційна структура, та ін.; ZohoRecruit – система автоматизації рекрутменту, що інтегрується з Facebook; Workable – онлайн-система для управління процесами рекрутингу; PeopleForce – система створена ІТ-фахівцями для ІТ-фахівців, що враховує особливості технічного і аутсорсингового бізнесу та визначає їхні основні можливості, переваги та недоліки.

Отже, проведений аналіз показав, що сучасний ринок HR-систем пропонує широкий вибір послуг щодо автоматизації HR-процесів, а саме: працювати з absence management (облік відпусток, відгулів, відряджень, хвороб та ін.); відслідковувати адаптаційні процеси, розвиток співробітників, мотивацію і систему винагород; інтеграція HR-інструментів із порталами з пошуку роботи та месенджерами; складати докладні аналітичні звіти; економити кошти компанії за рахунок автоматизації рутинних завдань і багато іншого.

Серед розглянутих систем особливо хотілося б виділити вітчизняну – *Нирта*, яка нині має достатньо необхідних можливостей та пропозицій за прийнятну ціну порівняно з вартістю ліцензій зарубіжних брендів. Але кожне підприємство має свої особливості та потреби і має провести власний аналіз та консультації з експертами кожної із систем за необхідності автоматизації HR-процесів, ураховуючи специфіку роботи.

Проведене дослідження показало, що у сучасних умовах триває процес розвитку та оновлення концепції управління персоналом, при цьому вдосконалюються як системи управління персоналом, так і сучасні методи та інструменти, що при цьому використовуються.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження показало, що запровадження на вітчизняних підприємствах сучасних технологій аутсорсингу дасть їм змогу поліпшити ефективність роботи та вивільнити ресурси за рахунок передачі окремих непрофільних функцій стороннім спеціалізованим компаніям для можливості зосередження на основній діяльності та подальшому її розвитку і розширенню.

Також дослідження показало, що на підприємстві найбільшого поширення набув такий вид аутсорсингу, як HR-аутсорсинг – аутсорсинг кадрових процесів, що передбачає аутсорсинг підбору персоналу (рекрутмент, хедхантинг), аутсорсинг у системі навчання, аутсорсинг атестації персоналу та кадрового аудиту, аутсорсинг HR-адміністрування, аутстафінг, аутплейсмент, лізинг персоналу.

Але за всіх позитивних моментів застосування сучасних передових технологій аутсорсингу ще існує низка проблем, що потребують вирішення для їх упровадження, а саме налагодження механізму довіри до постачальників аутсорсингу, оцінка ефективності їхньої роботи та зміни в законодавства України у цій сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хейвуд Д.Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Москва : Вильямс, 2001. 176 с.
2. Бравар Ж.-Л., Морган Р. Эффективный аутсорсинг: понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / пер. с англ. В. Денисова. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. 260 с.

3. Грозный И.С. Використання аутсорсингу у процесі досягнення конкурентних переваг промисловим підприємством. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2009. № 1. С. 47–51. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2009_1_9 (дата звернення: 29.01.2020).

4. Яненко І.Г., Командир А.Л. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Наукові праці. Економіка*. 2017. Вип. 284. Т. 296. С. 115–119. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/390906.pdf> (дата звернення: 29.01.2020).

5. Токар О.В. Роль аутсорсингу в управлінні підприємством. *Управління розвитком*. 2010. № 19. С. 81–82.

6. Бойченко В.С. Аутсорсинг в управлінні персоналом: сучасний стан *Економіка розвитку*. 2014. № 2. С. 60–64. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/escr_2014_2_13 (дата звернення: 29.01.2020).

7. Global market size of outsourced services from 2000 to 2019 *Statista* : вебсайт. URL : <https://www.statista.com/statistics/189788/global-outsourcing-market-size> (дата звернення: 29.01.2020).

8. Білоус А. До чого йде аутсорсинг в Україні і в світі: тренди та прогнози *Ліга. Блоги* : вебсайт. URL : <https://blog.liga.net/user/abilous/article/30693> (дата звернення: 29.01.2020).

9. Єлєць О.П., Присяжнюк С.В. Розвиток аутсорсингу в Україні. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 5(2). С. 21–25. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_5%282%29__7 (дата звернення: 29.01.2020).

REFERENCES:

1. Haywood J. B. (2001) *Outsorsing: v poiskah konkurentnyih preimuschestv* [Outsourcing: Looking for Competitive Advantage]. Moscow: Williams Publishing. (in Russian)
2. Bravar J.L. (2007) *Effektivnyiy outsorsing: ponimanie, planirovanie i ispolzovanie uspeshnyih outsorsingovyih otnosheniy* [Effective Outsourcing: Understanding, Planning and Using Successful Outsourcing Relations]. Dnepropetrovsk: Balance of Business Bucs. (in Ukrainian)
3. Grozny I.S. (2009) *Vykorystannia autosorsynhu u protsesi dosiahnennia konkurentnykh perevah promyslovym pidpriemstvom* [The use of outsourcing in the process of achieving competitive advantage by an industrial enterprise]. *Economic Bulletin of the National Mining University*, vol. 1, pp. 47–51. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2009_1_9 (accessed 29 January 2020).
4. Yenenkova I.G. Commander A.L. (2017) *Aut-sorsynh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Outsourcing as a tool for increasing the competitiveness of the enterprise]. *Naukovi prats. Economics*, vol. 284, t. 286, pp. 115–119. Available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/390906.pdf> (accessed 29 January 2020).
5. Tokar O.V. (2017) *RoI autsorsynhu v upravlinni pidpriemstvom* [The role of outsourcing in enterprise management]. *Development Management*, vol. 19.

Kharkiv: Kharkiv National University of Economics., pp. 81–82. (in Ukrainian)

6. Boycheno V.S. (2014) Outsorsynh v upravlinni personalom: suchasnyi stan [Outsourcing in personnel management: current status]. Economics of development, vol. 2, pp. 60-64. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecro_2014_2_13 (Accessed 29 January 2020).

7. Global market size of outsourced services from 2000 to 2019, Available at: <https://www.statista.com/statistics/189788/global-outsourcing-market-size> (accessed 29 January 2020).

8. Belous A. Do choho yde outsorsynh v Ukraini i v sviti: trendy ta prohnozy [Outsourcing in Ukraine and in the World: Trends and Forecasts"]. Available at: <https://blog.liga.net/user/abilous/article/30693> (accessed 29 January 2020).

9. Yelets O.P., Prisyazhnyuk S.V. (2017) Rozvytok outsorsynhu v Ukraini [Development of outsourcing in Ukraine], Economic Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy, vol. 5(2), pp. 21-25. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_5%282%29__7 (accessed 29 January 2020).

ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

PROBLEMS OF USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR TRAINING OF TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS PROFESSIONALS

УДК 338.48:004

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-67>**Ладик С.Р.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри природничо-
математичних дисциплін
та інформаційних технологій
Львівський інститут економіки і туризму

Базиліук К.Ф.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної інформації
Національний університет
«Львівська політехніка»

Ladyk Sofiia

Lviv Institute of Economics and Tourism

Bazyliuk Kseniia

Lviv Polytechnic National University

У статті проаналізовано основні проблеми, що виникають під час підготовки фахівців туристичного та готельно-ресторанного бізнесу у сфері використання спеціалізованого програмного забезпечення. Встановлено, що існує низка проблем, пов'язаних із використанням дорогавартісного ліцензійного програмного забезпечення, та доведено перспективність використання програмних засобів, що ґрунтуються на хмарних технологіях. Для отримання навичок роботи із сучасними інформаційними системами рекомендовано використання хмарних сервісів OtellMS та Poster POS, а також української системи бронювання туристичних поїздок IT-tour. Розглянуто переваги та основні функціональні можливості цих систем. Установлено, що одним із напрямів підготовки фахівців туристичного бізнесу є технологія роботи з геоінформаційними системами (ГІС). Обґрунтовано доцільність використання для підготовки фахівців даного напрямку систем вільного програмного забезпечення QGIS та Google Earth Pro.

Ключові слова: сфера гостинності, хмарні технології, хмарні сервіси, система бронювання, геоінформаційна технологія, геоінформаційна система, геосервіс.

В статье проанализированы основные проблемы, возникающие при подготовке

специалистов туристического и гостинично-ресторанного бизнеса в сфере использования специализированного программного обеспечения. Установлено, что существует ряд проблем, связанных с использованием дорогостоящего лицензионного программного обеспечения, и доказана перспективность использования программных средств, основанных на облачных технологиях. Для получения навыков работы с современными информационными системами рекомендовано использование облачных сервисов OtellMS и Poster POS, а также украинской системы бронирования туристических поездок IT-tour. Рассмотрены преимущества и основные функциональные возможности этих систем. Установлено, что одним из направлений подготовки специалистов туристического бизнеса является технология работы с геоинформационными системами (ГИС). Обоснована целесообразность использования для подготовки специалистов данного направления систем свободного программного обеспечения QGIS и Google Earth Pro.

Ключевые слова: сфера гостеприимства, облачные технологии, облачные сервисы, система бронирования, геоинформационная технология, геоинформационная система, геосервис.

The article analyzes the main problems that arise in the training of professionals in the tourism and hotel and restaurant business in the use of specialized software. It has been established that higher education institutions of Ukraine are facing a number of problems related to the high cost of licensed software. It is proved that the most promising in this situation is the use of software based on cloud technologies. In order to gain skills in working with modern information systems, it is proposed to use the cloud services OtellMS and Poster POS, as well as the Ukrainian IT-tour travel booking system. The advantages and main functionality of these systems are considered. Specifically, the OtellMS hotel management system has several advantages: it allows you to manage bookings and work with different sales channels, generate detailed reports, and support online payment with bank cards. During the educational process in higher education institutions, you can use the 30-day free version of the system or enter into an agreement to provide a free educational version. The functionality of the Poster POS cloud system, which is intended for the automation of restaurants and cafes, is analyzed. A number of advantages over other cloud-based automation systems and the ability to use the 15-day free version allows you to recommend this system for use in universities in Ukraine. It is also promising for future professionals of the tourism business to use the popular Ukrainian travel booking system IT-tour. As the basic version of the system is provided free of charge, this system may be included in the educational process for universities in Ukraine. The article also found that one of the areas of training for tourism business professionals is the technology of working with geoinformation systems. The main directions of use of GIS in tourism are considered. To master GIS technology, it is suggested to use QGIS GIS and Google Earth Pro geoservice, which are open systems and have free access. Our own experience in teaching information technology confirms the expediency of using the offered software to train professionals in the tourism and hotel and restaurant business at universities in Ukraine.

Key words: hospitality, cloud technologies, cloud services, reservation system, geoinformation technology, geoinformation system, geoservice.

Постановка проблеми. Сучасний економічний розвиток України характеризуються високою динамікою, структурними зрушеннями на користь сфери послуг. Туристичний потенціал України лише починає реалізовувати свої ресурси, а тому потребує розроблення нових підходів у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Ці процеси визначаються активізацією і видозміною механізмів ділової й оздоровчої активності населення, стилем та умовами життя, зростанням мобільності та міграції населення; розширенням міжнародних відносин у глобальних масштабах;

високим рівнем ефективності інвестицій у туристичний бізнес. Відомо, що частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг в Іспанії становить 60%, в Австрії – 40%, у Греції – 36%, у Швейцарії – 12%, в Італії – 11%, у Португалії – 21%, на Кіпрі – 52%. Орієнтовні оцінки частки доходів від туризму в Україні впродовж останніх років коливаються в межах 1,5–2,5% офіційного ВВП.

Усвідомлення вагомості розвитку туристичної галузі під час формування державної політики України відображено в Законі «Про туризм».

Зокрема, Закон (ст. 6) стверджує: «Держава проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності. Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом ... визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму».

Сьогодні у світовій індустрії гостинності використовується багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін., які мають вплив на розвиток даної сфери. Тому надзвичайно актуальним є вдосконалення системи підготовки фахівців даної сфери згідно з міжнародними стандартами. Для цього система освіти повинна постійно оновлюватися як змістовно, так і організаційно, швидко адаптуватися до потреб та вимог індустрії гостинності, яка динамічно розвивається. На жаль, економічна ситуація в Україні та бюджетне фінансування освіти залишають бажати кращого, що й зумовлює проблеми використання новітніх інформаційних технологій та сучасних програмних продуктів під час підготовки фахівців туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження та методичні рекомендації щодо використання інформаційних технологій у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі здійснювали: В. Балута, Г. Білогурова, Н. Ведмідь, О. Гудзовата, І. Калашников, Д. Купінський, А. Лутай, В. Маховка, А. Мельник, С. Мельниченко, М. Морозов, Н. Морозова, С. Плотницький, І. Полковнікова, О. Світличний, С. Сонько, М. Скопень, М. Умрик та ін.

Однак дані дослідження лише частково висвітлюють стан справ та проблеми у даній сфері. Сьогодні практично відсутні праці, що містять конкретні рекомендації стосовно використання новітніх та доступних за ціною професійних програм, які здебільшого використовуються готелями та туристичними фірмами в Україні та можуть бути впроваджені у навчальний процес. Як справедливо зазначається в роботі [7, с. 89], проблема підготовки фахівців туристичної галузі до використання інформаційних технологій у своїй професійній діяльності є недостатньо вивченою та вимагає пошуку нових підходів та методичних розробок.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити проблеми, які виникають у сфері професійної підготовки фахівців туристичного та готельно-ресторанного бізнесу під час використання інформаційних технологій; проаналізувати стан справ щодо використання сучасного спеціалізованого програмного забезпечення під час підготовки фахівців даної сфери; для підготовки фахівців сфери туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

розробити методичні рекомендації щодо використання у навчальному процесі новітніх та доступних за ціною спеціалізованих професійних програм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині для опанування роботи із системами автоматизації готельно-ресторанного та туристичного бізнесу більшість ВНЗ України використовує програмне забезпечення «Парус» [6]. Доступ до даного програмного забезпечення студенти отримують згідно із Всеукраїнською програмою «ПАРУС – для навчальних закладів України», яка затверджена Науково-методичним центром вищої освіти Міністерства освіти і науки України. Сьогодні ПЗ «Парус» у навчальному процесі безкоштовно використовують понад 650 навчальних закладів України. Ці програмні продукти характеризуються простим інтерфейсом, легкі в освоєнні, мають широкі функціональні можливості та високу надійність.

Однак сьогодні заклади туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні здебільшого використовують більш потужні системи, які є досить коштовними та недоступні для українських ВНЗ. Серед них найбільш популярними є: Micros Fidelio, Hospitality Enterprise Resource Planning Cenium, Epitome PMS та ін. [3, с. 94–98; 5, с. 428–430].

У цих умовах перспективним є використання так званих хмарних технологій, які останнім часом набувають усе більшої популярності в усьому світі [2]. Хмарні технології – це сучасна модель обробки даних, що передбачає їх віддалену обробку та зберігання. Ця технологія надає користувачам мережі Інтернет доступ до комп'ютерних ресурсів сервера і використання програмного забезпечення як онлайн-сервісу. Тобто якщо є підключення до Інтернету, то можна виконувати складні обчислення, опрацьовувати дані, використовуючи потужності віддаленого сервера.

Особливої популярності набувають так звані хмарні сервіси, платформи та програми, які використовують сервери спеціальних компаній, а дані зберігають на зручних та захищених хмарних платформах. Перевагою хмарних сервісів є те, що їх не потрібно встановлювати на комп'ютер, а доступ до них можна отримати з будь-якої точки світу.

Серед хмарних сервісів, що використовуються в готельних комплексах України, найбільш популярними є PMS Cloud, Otelms.com, Otrum Enterprise. Це – програмні рішення, які забезпечують інноваційність, максимальну гнучкість і повний контроль над усіма операціями, які відбуваються під час обслуговування гостей. Безумовно, оволодіння технологією роботи із цими програмними засобами є необхідною умовою підготовки фахівців сфери гостинності.

На нашу думку, майбутнім фахівцям готельного та туристичного бізнесу необхідно оволодіти

засобами роботи в середовищі хмарного сервісу OtelMS [9]. OtelMS – це сучасна система для управління готелями, хостелами й апартаментами. Система дає змогу керувати замовленнями за допомогою «шахматки», працювати з різними каналами продажів, створювати детальні звіти, оформляти бухгалтерські документи, взаємодіяти з Федеральною міграційною службою, а також підтримує онлайн-оплату за допомогою банківських карток. Система OtelMS складається з трьох компонентів. Це – система управління готелем, менеджер каналів і система бронювання.

OtelMS HMS – професійна система управління готелем, що дає змогу автоматизувати бізнес-процеси в готелі. Користувач може досить швидко налаштувати інтерфейс системи, використовуючи так звану «шахматку», переглянути, які номери вільні та зайняті, встановити тарифи, зробити замовлення. Модуль бронювання дає змогу взаємодіяти з популярними сайтами бронювання та підходить для сайтів соціальних мереж без яких-небудь доопрацювань. Менеджер каналів (Channel manager OtelMS) дасть змогу ефективно організувати роботу із сайтами бронювання, такими як Booking, Ostrovok, OkToGo, HRS та багатьма іншими. При цьому турагенції можуть бронювати номери без телефонних дзвінків, а для актуалізації даних стосовно тарифів і бронювань не потрібно витрачати час.

Для навчання роботи із системою OtelMS можна скористатися 30-денною безкоштовною версією системи; окрім того, керівництво ВНЗ може також укласти договір, згідно з яким студентам надається безкоштовна навчальна версія.

Майбутнім фахівцям сфери туризму ми також рекомендуємо отримати навички роботи із системою IT-tour («Айті-тур») [10]. Дана система орієнтована на українського користувача й є найбільш поширеною в Україні системою пошуку та бронювання турів. Система призначена виключно для роботи туристичних агенцій і туроператорів. Інтерфейс системи інтуїтивно зрозумілий, що дає змогу швидко отримати навички роботи в її середовищі. Для входу в систему необхідно пройти нескладну процедуру реєстрації і через п'ять хвилин отримати доступ для повнофункціональної роботи.

Система «Айті-тур» дає змогу швидко зробити пошук і бронювання найвигіднішої для туриста пропозиції, а також дає можливість здійснювати перевірку актуальності турів та наявності місць на чартерні авіарейси всіх основних туроператорів України в режимі он-лайн. При цьому забезпечуються найважливіші параметри роботи турагенції: ефективне використання часу в режимі реального часу та максимальна актуальність інформації.

Дана система є умовно безкоштовною. Базова версія системи надається безкоштовно, однак під час її використання існує обмеження стосовно

використання додаткових сервісів, для підключення яких можна використати тариф «пільговий користувач», оплата якого становить 864 грн на рік.

Великої популярності набувають хмарні сервіси також у сфері роботи кафе і ресторанів. При цьому нові IT-розробки, що ґрунтуються на використанні хмарних технологій, практично не вимагають вкладення коштів, оскільки всі витрати зі створення, просування, вдосконалення системи несе розробник. Користувачам залишається тільки пройти реєстрацію і виплачувати «орендну плату» за користування загальною системою.

Одним із хмарних сервісів, що набуває все більшої популярності в Україні, є система Poster POS, яка призначена для автоматизації ресторанів та кафе [11]. Сервіс дає змогу створити віртуальну карту зали, приймати та контролювати замовлення, вести касу, друкувати чеки, вести складський облік, базу клієнтів та список співробітників.

Порівняно зі стаціонарними системами автоматизації дана система має низку переваг: доступна ціна; для повноцінної роботи достатньо мати принтер і планшет; віддалений доступ; безкоштовні оновлення; можливість резервного копіювання за замовчуванням. При цьому статистика, склад і фінанси ресторанного бізнесу доступні з будь-якого місця, де підключено Інтернет.

Система Poster має також низку переваг порівняно з іншими хмарними системами автоматизації: можливість встановлення ПЗ на будь-який планшет або ноутбук, зрозумілий інтерфейс; можливість інтеграції з іншими сервісами; постійна підтримка і можливість додавання нового функціоналу за бажанням клієнтів. Система продовжує працювати і під час перебоїв Інтернет-з'єднання. Усі дані тимчасово зберігаються на пристрої, а після відновлення Інтернет-з'єднання система синхронізує і відправляє всю інформацію у хмару.

Poster працює за моделлю передоплати, вартість системи – від 475 грн на місяць. Безкоштовна (навчальна) версія надається строком на 15 днів. Слід відзначити простоту впровадження системи. Користувачу потрібно не більше 15 хвилин для реєстрації і початку роботи. Оволодіння навичками роботи з даною системою, на нашу думку, сприятиме професійній підготовці фахівців готельно-ресторанного бізнесу.

Останнім часом у туристичній діяльності все більшої популярності набувають геоінформаційні технології (ГІС-технології) та системи [4, с. 98–104]. ГІС-технологія – це сучасна інформаційна технологія, що поєднує модельне зображення території: електронне відображення карт, схем, космо-, аерозображень земної поверхні з інформацією табличного типу – різноманітними статистичними, економічними показниками тощо. Ця технологія об'єднує засоби роботи з базами даних, статистичний аналіз, а також засоби

візуалізації і географічного (просторового) аналізу, які надає карта.

Застосування ГІС є достатньо перспективним напрямом у різних сферах туристичної діяльності, зокрема для оцінки ефективності використання туристичних ресурсів та привабливості територій для рекреації та оздоровлення, моніторингу розвитку курортних зон та рекреаційно-туристичних територій, створення ГІС для туристичних центрів, курортів, окремих туристичних об'єктів, маршрутів, великих міст тощо.

Таким чином, оволодіння технологією роботи з ГІС є обов'язковою умовою підготовки кваліфікованого фахівця сфери туризму. Сьогодні на ринку програмних продуктів функціонують різні геоінформаційні системи (ГІС). Це – багатофункціональні модульні ГІС фірм Intergraph (GeoMedia), ESRI (ArcView GIS, ArcGIS), MapInfo (MapInfo Professional), які є досить коштовними, а тому ВНЗ України змушені шукати більш дешеві аналоги.

Вирішенням цієї проблеми є використання в навчальному процесі вільних ГІС, що поширюються безкоштовно. Основною перевагою відкритого програмного забезпечення ГІС є відсутність плати за ліцензію. Окрім того, особливістю відкритого програмного забезпечення є вільне поширення, доступний початковий код та дозвіл на модифікацію цього вихідного коду. Найбільш відомими прикладами відкритих ГІС є Quantum GIS (QGIS), GRASS, gvSIG, SAGA та ін. Функціональні можливості цих програм мало в чому поступаються професійному програмному забезпеченню, мають зручний інтерфейс, що значно полегшує роботу з подібним ПЗ.

QGIS – це відкрита геоінформаційна система, основним призначенням якої є обробка й аналіз просторових даних та підготовка різної картографічної продукції. Дана система придатна для використання в широкому колі додатків, зокрема для створення електронних атласів і довідників у різних галузях виробництва, науки та освіти.

На підставі власного досвіду та досвіду колег із викладання ГІС для студентів аграрних спеціальностей та геоекологів дану програму рекомендує для використання викладач Харківського національного аграрного університету А. Ачасова [1]. На нашу думку, перспективним є використання QGIS і для підготовки фахівців сфери туризму. Так, із використанням QGIS можна здійснювати відображення туристичних об'єктів та маршрутів, переміщатися по карті, змінювати масштаб відображення; підключати та відключати дані до набору відображення; друкувати вибраний фрагмент карти; відображати дані по окремому об'єкту та детальну довідникову інформацію.

Останнім часом у сфері туризму все більшої популярності набувають так звані туристичні ГІС-в'юери, які призначені для перегляду готових

картографічних продуктів, підготовлених у середовищі інших ГІС. Серед них особливої уваги заслуговує пакет ArcReader, який входить до сімейства програмних продуктів ArcGIS та поширюється компанією ESRI безкоштовно.

Серед програмних продуктів, які набувають усе більшої популярності у туристичній діяльності, слід відзначити також геосервіс Google Earth (інша назва – Google Планета Земля), що ґрунтується на використанні хмарних технологій. Переваги використання програми Google Earth та необхідність її використання у підготовці майбутніх менеджерів туризму розглядаються, зокрема, у роботі [8, с. 287–291].

Геосервіс Google Earth – це віртуальний глобус компанії Google, за допомогою якого можна переглядати тривимірну модель Землі, аеро- і космознімки високої роздільної здатності та різні верстви даних. Програма Google Earth була розроблена у 2005 р., через кілька місяців після появи Google Maps. Нині існують дві версії програми: Google Earth та Google Earth Pro. Остання пропонує користувачам деякі додаткові функції і спочатку була призначена для комерційного використання, але на разі є безкоштовною.

Серед основних можливостей Google Earth Pro слід відзначити такі: вимірювання відстані шляху; роздрук і збереження знімків; функції пошуку місць і маршрутів, швидкий перехід по координатах; огляд місць (міток), автоматичний переліт. Використання так званих шарів у Google Earth Pro дає змогу накладати на зображення земної поверхні різноманітні позначення, що дає змогу підключити велику кількість даних, наприклад назви населених пунктів, водойм, аеропортів, доріг та ін. Для великих міст відображається і більш детальна інформація: назви вулиць, магазини, заправки, готелі і т. д. Окрім того, користувачі можуть створювати свої мітки на карті, які допоможуть у швидкому пошуку місця, фотографії, розташування будь-якого туристичного об'єкта.

Висновки з проведеного дослідження. Ґрунтуючись на власному досвіді з викладання інформаційних технологій, зробимо декілька висновків. Для підготовки майбутніх фахівців сфери гостинності найбільш перспективним є використання сучасних програмних продуктів, що ґрунтуються на використанні хмарних технологій. Серед цих програмних продуктів ми рекомендуємо використання професійної системи управління готелем OtelMS, а також системи автоматизації ресторану Poster POS.

Що стосується фахівців сфери туризму, то обов'язковою умовою їх підготовки є вміння працювати з українською туристичною системою пошуку та бронювання туристичних поїздок IT-tour. Перспективним є також володіння інструментарієм геоінформаційних систем, що надають засоби для складання туристичних карт та

пошуку туристичних об'єктів, прокладання туристичних маршрутів, знаходження їх віддалі тощо. Вирішення цих завдань забезпечить використання сучасних ГІС, зокрема відкритої ГІС QGIS та геосервісу Google Earth Pro.

Підготовка фахівців, що володіють навиками роботи з названими системами, сприятиме їхній конкурентоспроможності, а також створить новий поштовх для розвитку сфери гостинності та економіки України у цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ачасова А. Відкриті ГІС для викладачів та студентів. URL : <http://www.50northspatial.org/ua/vidkryti-gis-dlya-vykladachiv-ta-studentiv/> (дата звернення: 10.01.2020).
2. Вакалюк Т.А. Хмарні технології в освіті : навчально-методичний посібник. Житомир : ЖДУ, 2016. 72 с.
3. Гудзовата О.О. Автоматизовані системи управління готелями. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 94–98.
4. Ладик С.Р. Сучасні геоінформаційні технології у туристичній діяльності. *Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму»*, м. Львів, 10–11 травня 2018 р. Львів : ЛІЕТ, 2018. С. 98–104.
5. Ладик С.Р. Перспективи використання сучасних автоматизованих систем управління у ресторанному бізнесі в Україні. *Сучасні економічні системи: стан та перспективи розвитку* : електронний збірник тез доповідей VII Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф., 16–17 травня 2016 р. Харків : ХКТЕІ, 2016. С. 428–430.
6. Парус. URL : <http://www.parus.com.ua/> (дата звернення: 15.01.2020).
7. Полковнікова І.В. Професійна підготовка менеджерів туризму до використання інформаційних технологій. *Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Педагогічні науки»*. 2009. № 10(173). С. 89–96.
8. Умрик М.А. Сучасні інформаційні технології в туризмі. Програма Google «Планета Земля». *Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія «Педагогічні науки: реалії та перспективи»*. 2011. Вип. 28. С. 287–292.
9. HMS OtelMS. URL : <https://www.otelms.com/ua/> (дата звернення: 10.01.2020).
10. IT-tour. URL : <https://www.ittour.com.ua/> (дата звернення: 10.01.2020).
11. Poster. URL : <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 15.01.2020).

REFERENCES:

1. Achasova A. (2015) Vidkryti HIS dlia vykladachiv ta studentiv. [Open GIS for teachers and students]. URL: <http://www.50northspatial.org/en/vidkryti-gis-dlya-vykladachiv-ta-studentiv/> (accessed 10 January 2020).
2. Vakaliuk T. A. (2016) Khmarni tekhnolohii v osviti. Navchalno-metodychnyi posibnyk dlia studentiv fizyko-matematychnoho fakultetu. [Cloud technologies in education. A manual for students of the Faculty of Physics and Mathematics]. Zhytomyr: ZHU, 2016. 72 p. (in Ukrainian)
3. Hudzovata O. O. (2013) Avtomatyzovani systemy upravlinnia hoteliamy. [Automated hotel management systems]. *Trade, commerce, entrepreneurship: a collection of scientific works*. No. 15. Lviv: Lviv Commercial Academy, 2013. P. 94-98. (in Ukrainian)
4. Ladyk S. R. (2018) Suchasni heoinformatsiini tekhnolohii u turystychnii diialnosti. [Modern geoinformation technologies in tourist activity]. *Collection of materials of the international scientific-practical conference "Tourist services in the world market as a factor of development of international tourism"*. Lviv: LIET. May 10-11, 2018, pp. 98-104. (in Ukrainian)
5. Ladyk S. R. (2016) Perspektyvy vykorystannia suchasnykh avtomatyzovanykh system upravlinnia u restorannomu biznesi v Ukraini. [Perspectives of using modern automated control systems in the restaurant business in Ukraine]. *Modern Economic Systems: State and Prospects for Development: An Electronic Collection of Abstracts of the VII International Scientific Practice. internet conf. HKTEI*. May 16-17, 2016, pp. 428-430. (in Ukrainian)
6. Parus [Sail]. URL: <http://www.parus.com.ua/> (accessed 15 January 2020).
7. Polkovnikova I. V. (2009) Profesiina pidhotovka menedzheriv turyzmu do vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii. [Professional training of tourism managers to use information technologies]. *Bulletin of Lugansk National University. Taras Shevchenko. Series: Pedagogical Sciences*. 2009. № 10 (173). P. 89-96. (in Ukrainian)
8. Umryk M. A. (2011) Suchasni informatsiini tekhnolohii v turyzmi. Prohrama Google «Planeta Zemlia». [Modern information technologies in tourism. Google Earth.] *Scientific journal of NPU them. M.P. Dragomanov. Series: Pedagogical Sciences: Realities and Perspectives*. 2011. Iss. 28. P. 287-292. (in Ukrainian)
9. HMS OtelMS. URL: <https://www.otelms.com/ua/> (accessed 10 January 2020).
10. IT-tour. URL: <https://www.ittour.com.ua/> (accessed 10 January 2020).
11. Poster. URL: <https://joinposter.com/ua> (accessed 15 January 2020).

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

SPECIFICITY OF ORGANIZATION OF ACTIVITY OF ECONOMIC ENTITIES IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF ECONOMY

У статті на основі існуючих публікацій здійснено аналіз та уточнено аспекти побудови суб'єктами господарювання економічних відносин в умовах цифровізації економіки. Зокрема, описано умови ефективного конкурсування підприємств в умовах цифровізації, підвищення продуктивності підприємств завдяки використанню цифрових технологій, удосконалення діючих та розроблення нових цифрових бізнес-моделей. Визначено, що цифровізація зумовлює встановлення обладнання, програм та послуг, розроблення нових продуктів та діючих моделей, що призводить до збільшення витрат організації. А оскільки прибутковість компанії пов'язана з її витратами та ціноутворенням, то у статті розглянуто транзакційні витрати, які відносяться до серії витрат, що генеруються за допомогою всіх коригувань, необхідних у внутрішньому і зовнішньому функціонуванні підприємства. Відзначено, що з розвитком кіберфізичних систем і складної техніки змінюються економічні відносини суб'єктів господарювання за рахунок виникнення нових посередників, які мають прямий доступ до даних клієнтів та поліпшують їх пропозицію, що, своєю чергою, дає можливість створювати нові бізнесові екосистеми. Зауважено, що розвиток цифрової інфраструктури є ключовою передумовою більш глибокої інтеграції цифрових технологій в організаційній площині бізнесу.

Ключові слова: економічні відносини, цифровізація економіки, бізнес-моделі, транзакційні витрати, цифрова інфраструктура.

В статті на основі існуючих публікацій здійснено аналіз та уточнено

аспекти побудови суб'єктами господарювання економічних відносин в умовах цифровізації економіки. В частині, описано умови ефективного конкурсування підприємств в умовах цифровізації, підвищення продуктивності підприємств завдяки використанню цифрових технологій, удосконалення діючих та розроблення нових цифрових бізнес-моделей. Установлено, що цифровізація зумовлює встановлення обладнання та послуг, розроблення нових продуктів та діючих моделей, що призводить до збільшення витрат організації. А так як прибутковість компанії пов'язана з її витратами та ціноутворенням, то в статті розглянуто транзакційні витрати, які відносяться до серії витрат, що генеруються з допомогою всіх корективних, необхідних в організації внутрішнього і зовнішнього функціонування підприємства. Відзначено, що з розвитком кіберфізичних систем і складної техніки змінюються економічні відносини суб'єктів господарювання за рахунок виникнення нових посередників, які мають прямий доступ до даних клієнтів та поліпшують їх пропозицію, що, своєю чергою, дає можливість створювати нові бізнесові екосистеми. Зауважено, що розвиток цифрової інфраструктури є ключовою передумовою більш глибокої інтеграції цифрових технологій в організаційній площині бізнесу.

Ключевые слова: экономические отношения, цифровизация экономики, бизнес-модели, транзакционные издержки, цифровая инфраструктура.

УДК 338.28:004.738.5

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-68>

Чмерук Г.Г.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Стороженко О.О.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Chmeruk Halyna

Banking University

Storozhenko Oksana

Banking University

The article is based on existing publications are analyzed and clarified aspects of construction entities of economic relations in digitization of the economy. Specifically described conditions effectively competing enterprises in the digitization, increase productivity of enterprises of enterprises in the conditions of digitalization, improving existing and developing new digital business models. At the same time determined that the digitalization makes the installation of equipment, programs and services, development of new products and operating models, investment in skilled workers, so that the IT system really becomes the basis of the company's infrastructure. Therefore, it is necessary to invest in the intellectual capital that leads to increased costs organizations. And as the profitability of the company related to its cost and pricing, then the article the transaction costs relating to a series of costs that are generated using any adjustments required in the operation of domestic and foreign companies. It was determined that these costs due to limited rationality of economic relations, uncertainty, asset specificity and frequency of transactions. At the same time, reduce transaction costs and eliminate information asymmetry gradually causes the development of new technologies. This encourages businesses to recycle their production and distribution processes and manage their organizational structure. The analysis of business models revealed a key strategic direction, which lies in the ability of the company to go beyond its borders and to substantiate its value proposition in organizational interaction with the market environment. It is noted that the development cyber-physical systems and sophisticated technology are changing the economic relations entities by the emergence of new agents who have direct access to customers and improve their supply, which in turn, allows you to create new business ecosystem. In connection with this strategy of business, models based on constant market ecosystem management and co-production values in this ecosystem. Noted that the development of digital infrastructure is a key precondition for deeper integration of digital technologies in the organizational plane business.

Key words: economic relations, digitalization of economy, business models, transaction costs, digital infrastructure.

Постановка проблеми. Цифровізація та глобалізація остаточно змінили економічні відносини суб'єктів господарювання. Наприклад, фінансові послуги можуть бути цифровізовані та вироблятися також іншими постачальниками, крім банків та страхових компаній. Створюються Інтернет-магазини та сервіси соціальних мереж. Це підкреслює нематеріальну природу економічних відносин суб'єктів господарювання. Платформи

цифрових послуг приваблюють інноваційні Інтернет-компанії, які створюють пропозиції та об'єднують велику кількість людей. У взаємовідносинах суб'єктів господарювання одним із важливих питань є збір інформації про клієнтів. Ці дані підлягають аналізу та інтерпретації, що перетворює їх на цінний діловий актив. У цьому контексті доцільно розглянути цифровізацію як зв'язок між необробленими даними та інтелектом, який

є основою у розробленні бізнес-стратегії та вибудові відносин із клієнтами, і розглянути специфіку побудови таких взаємовідносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед джерел, які використані у підготовці даної статті, можна виокремити: дослідження провідних світових компаній, організацій, різних професійних груп щодо впливу цифрових технологій на взаємовідносини суб'єктів господарювання в умовах цифровізації економіки [7; 10–13]; публікації та дослідження, в яких висвітлюються окремі аспекти впливу цифрових технологій на бізнес-стратегії підприємств [1–5]; публікації, які присвячено сучасним цифровим технологіям, цифровій економіці у цілому [6; 9; 10]. З іншого боку, публікації можна поділити на такі, що досліджують впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси підприємств, та такі, які описують можливі майбутні зміни у процесах, котрі зумовлені використанням цифрових технологій.

Недавні дослідження [6; 7] визначили ключові чинники впливу цифровізації на європейській галузі, що сприяє кращій інтеграції та управлінню горизонтальними та вертикальними ланцюжками вартості, коли менеджери зосереджуються на задоволенні клієнтів, розробляючи індивідуальні рішення. У праці [12] підкреслюється значення синергії галузей та її вплив на модифікацію бізнес-моделей, коли впроваджуються власні технологічні рішення постачальниками послуг. Наприклад, постачальники цифрових послуг розробляють власну мережеву інфраструктуру для забезпечення доступу до Інтернету. У науковій праці [13] підкреслюється, що в електронній комерції спостерігаються ризики кібербезпеки щодо вразливості вебсайтів, порушення даних, слабких паролей, слабого віддаленого доступу, не систематично оновленого програмного забезпечення.

На основі опрацьованих джерел за напрямом дослідження можна дійти висновку, що переважну більшість публікацій присвячено впливу цифрових технологій на різні аспекти діяльності суб'єктів господарювання сьогодні та в найближчому майбутньому, а наукових робіт, в яких би аналізувалася специфіка організації саме економічних відносин суб'єктів господарювання в умовах цифровізації, обмаль. Окрім того, переважна більшість публікацій є зарубіжними, тому цією статтею хотілося б певним чином заповнити цю прогалину вітчизняного наукового простору

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та прикладних аспектів цифровізації економіки на основі аналізу впливу інформаційно-комунікаційних (цифрових) технологій в економічних взаємовідносинах суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий бізнес інвестує у цифровізацію, що

є передумовою створення ефективної бізнес-моделі [1]. Відзначимо, що банки та страхові компанії можуть ефективно конкурувати за умови підвищення своєї продуктивності завдяки цифровим технологіям, що дає змогу вдосконалити діючі та розробити нові бізнес-моделі, і зумовлюється постійним розвитком послуг, розвитком навичок, знань та методів роботи працівників; а також створенням корпоративної культури [2]. Оскільки цифрові послуги збільшують обсяг даних, тому будь-яка компанія потребує цифрової стратегії.

Разом із тим цифровізація зумовлює встановлення обладнання, програм та послуг, розроблення нових продуктів та діючих моделей (аналогові процеси повинні бути замінені цифровими), але насамперед компанії повинні інвестувати у грамотних працівників, щоб система ІТ дійсно ставилася основою інфраструктури компанії. Це, своєю чергою потребує від працівників використовувати право на самостійні рішення, що повинно стимулюватися заохочувальними системами. Тому необхідне інвестування в інтелектуальний капітал компанії [3].

Також потрібно розвивати корпоративну культуру, значимість якої повинна стати нарівні з важливістю впровадження нових технологій, які автоматизують інформаційну роботу. З іншого боку, продуктивність технології також визначається компетентністю користувачів.

Підґрунтям організації всіх економічних відносин в умовах цифрової економіки є ділові відносини суб'єктів господарювання. Чинники, що впливають на зміну ділових відносин суб'єктів господарювання в умовах цифровізації, представлено у схемі на рис. 1, де показано, що прийняття цифрових інструментів є основою у зміні таких відносин. Відзначимо, що прийняття цифровізації починається з оперативних структур та процесів. Наприклад, програмне забезпечення бухгалтерського обліку FinanSys ілюструє безліч переваг фінансового сектору в галузі цифровізації – від аналізу даних та звітності до інтеграції з іншими системами.

Розглянемо особливості організації економічних зв'язків для малих, середніх та великих компаній за напрямками взаємодії з клієнтами та працівниками.

Зауважимо, що прибутковість компанії пов'язана з її витратами та ціноутворенням. Оскільки використання цифрових послуг не пов'язане з місцем їх виробництва, то робота може перейти до фрілансу з гнучкими умовами зайнятості, причому така зміна інформаційно-інтенсивної роботи виникає внаслідок нового розподілу праці. У цьому контексті розглянемо трансакційні витрати, які відносяться до серії витрат, що генеруються за допомогою всіх коригувань,



*Антецедент (лат. *antecedens*) – той, що передус

**Інгібітор (лат. *inhibere*) – затримувати

Рис. 1. Чинники, що впливають на зміну ділових відносин суб'єктів господарювання в умовах цифровізації

Джерело: складено на основі [3–5]

необхідних у внутрішньому і зовнішньому функціонуванні підприємства. Зменшення трансакційних витрат призводить до зменшення бар'єрів для виходу на ринки.

Ці витрати зумовлені обмеженою раціональністю економічних відносин, невизначеністю, специфікою активів та частотою транзакцій [6]. Водночас зменшення трансакційних витрат та поступового усунення інформаційної асиметричності в торгівлі зумовлює розвиток нових технологій. Це стимулює підприємства переробляти свої виробничі та дистрибуційні процеси та впорядкувати свої організаційні структури [6].

Стосовно взаємодії з клієнтами, то технологічний прогрес у галузях програмного та апаратного забезпечення робить виробництво продукції та надання послуг більш економічним, що дає змогу виробникам та постачальникам послуг краще відстежувати поведінку споживачів та прогнозувати

їх уподобання. Своєю чергою, Інтернет дає змогу споживачам порівнювати пропозиції та легше взаємодіяти за допомогою експертних оцінок та рейтингових систем, функцій порівняння цін і, безумовно, соціальних мереж, які поліпшують доступ до інформації та підвищують вибір споживача. Таким чином, клієнти стають більш вимогливими та ініціативними.

Найбільш успішні цифрові перетворення покладаються на здатність фірм використовувати чотири набори інструментів для підвищення продуктивності праці [9]:

- збирання та використання цифрових даних;
- автоматизація виробничих процесів;
- взаємозв'язок ланцюгів вартості;
- створення цифрових інтерфейсів клієнтів.

Використовуючи свої цифрові активи, постачальники послуг можуть інтегрувати та перетинати бази даних клієнтів за допомогою

поєднання зовнішніх даних. Наприклад, соціальних медіа та постачальників третіх сторін із внутрішніми даними та створення цілісних профілів клієнтів. Вони також можуть надати підтримку своїм клієнтам через декілька каналів, включаючи безпроблемні послуги з обслуговування клієнтів на їх особистих пристроях [10; 11]. Разом із тим стратегія максимізації прибутку споживачів за рахунок ефектів ціноутворення та ефективних пропозицій обслуговування може бути неефективною у цифровій економіці через суперечливі стандарти та закриті платформи, котрі генерують ефекти блокування, що, своєю чергою, може обмежувати вибір споживачів у довгостроковій перспективі.

Аналіз бізнес-моделей чітко показує ключовий стратегічний напрям, який полягає у здатності компанії виходити за свої межі та обґрунтовувати свою ціннісну пропозицію за організаційної взаємодії з ринковим середовищем. Основні елементи цього організаційного процесу у навколишньому середовищі:

- клієнти, з якими компанія прагне розвивати тісні зв'язки відносини і роль яких може поширюватися на спільне виробництво цінностей поряд з організацією (участь у розробленні продуктів та послуг, інформування інших клієнтів тощо);

- партнери, природа яких (постачальники, конкуренти, незалежні, постачальники, дистриб'ютори, замовники) та функціонування (надання ресурсів, навичок, допоміжного обслуговування, пропозиції, доступ до клієнта, сприяючи мережевому ефекту) можна постійно відновлювати для того, щоб посилити ціннісну пропозицію.

Із розвитком кіберфізичних систем і складної техніки (промислового Інтернету) змінюються економічні відносини суб'єктів господарювання з виникненням нових посередників, які мають прямий доступ до даних клієнтів та поліпшують їх пропозицію, що, своєю чергою, дає можливість створювати нові бізнесові екосистеми. У зв'язку із цим стратегія бізнес-моделей базується на постійному управлінні ринковою екосистемою та спільного виробництва цінностей у цій екосистемі [3; 10].

Зауважимо, що співпраця з партнерами (постачальниками, замовниками) не передбачає обміну спільною інформацією. Завдяки інформаційним системам оптимізація процесів за допомогою впровадження робочого процесу та обміну інформацією спонукає розширенню вебплатформ, які можуть надавати нові послуги клієнтам.

У взаємодії з працівниками цифровізація та нові створені платформи змінюють організацію роботи стосовно освоєння робочих місць та спеціалізації робочої сили, що змінює інтенсивність праці. Це зумовлюється перерозподілом завдань серед працівників і програмним забезпеченням, що є рушієм організаційних змін. У зв'язку

з новими стратегіями менеджмент ІКТ здійснює ретельний систематичний моніторинг та контроль над діяльністю працівників. Це важливо не тільки для досягнення максимальної довіри до відносин із клієнтами, а й для забезпечення високого рівня внутрішньої мережевої та інформаційної безпеки та захисту даних по відношенню до службовців.

Цифровізація в умовах доступу до пристроїв ІКТ та інформаційної інфраструктури забезпечує нові можливості для внутрішнього та зовнішнього співробітництва [14; 10]. Цифровізація забезпечує більшу гнучкість у разі віддалених робочих дій, наприклад телеобробка, віртуальні послуги, що здійснюються через онлайн-ринки праці на противагу компаніям, які потребують фізичної присутності працівників [10; 14].

Наприклад, хмарні обчислення (технології віртуалізації) дають змогу фірмам забезпечити зберігання інформації, децентралізуючи доступ до неї, що дає змогу працівникам отримувати доступ та оперативно та віддалено ділитися ресурсами. Укажемо, що віддалений доступ та зберігання даних несе низку нових ризиків для безпеки зі зростанням вразливості операційних систем, протоколів зв'язку та додатків [13]. Технології хмарних обчислень дають змогу малим підприємствам скоротити свої капітальні витрати, орендуючи апаратне забезпечення. Така оренда дає змогу завантажувати програмне забезпечення, програми та інші спеціалізовані рішення.

Зниження витрат компанії також проходить за рахунок аутсорсингу у сфері послуг, а також у виробництві [13]. Це дає можливість формувати процес організації роботи більш гнучко з погляду часу та простору. Також спрощуються ієрархічні структури і стають прозорими. Наприклад, автоматизація та аналітика даних поліпшують контроль керівників над виробничим процесом якісно і кількісно. Також необхідно проводити моніторинг продуктивності та задоволеності споживачів для забезпечення їх електронних транзакцій.

Таким чином, організація економічних відносин суб'єктів господарювання повинна забезпечувати впровадження заходів щодо управління ризиками і навчати працівників для забезпечення високого рівня конфіденційності та безпеки. Тут виникають питання відповідальності та безпеки в робочому середовищі, а також статусу осіб виконання послуг на платформах.

Підкреслимо, що зростаюча взаємодія (взаємодоповнюваність) між працівниками та ІКТ зумовлює нові підходи до організації роботи, що може збільшити обсяги виробництва. Набуття нових навичок зумовлює нові проблеми спеціалізації та перепідготовки в межах фірм і призводить до [13; 10]:

- звільнення робітників із низьким і середнім рівнями кваліфікації;

– завдань із моніторингу та контролю, які виконуються за допомогою роботів та інтерактивних технологій (гібридний сценарій, у результаті якого зростає співпраця між розумними пристроями та окремими людьми);

– керування працівниками системами (сценарій спеціалізації, у результаті якого використовуються інструменти, що підтримують прийняття рішень людини, які забезпечують домінуючу роль для висококваліфікованих працівників над машинами).

Висновки з проведеного дослідження. На сучасному етапі нові технології (штучний інтелект, хмарні технології, блокчейн та ін.) продовжують глибоко інтегруватися у виробництво та в операційні процеси, руйнуючи при цьому розроблені бізнес-моделі, що призводить до створення децентралізованих та повністю автоматизованих систем.

Зауважимо, що розвиток цифрової інфраструктури є ключовою передумовою більш глибокої інтеграції цифрових технологій в організаційній площині бізнесу. Потрібно відзначити, що цифрова інфраструктура відноситься до розвитку віртуальної мережі, що тягне за собою оновлення існуючої мережевої інфраструктури до повноцінного спільного використання інфраструктури даних. Спираючись на поєднання інновацій ІКТ, це вимагає високої ємності для зберігання даних, високошвидкісного підключення та програмних послуг на основі програмного забезпечення для організації фінансових відносин СГ, що зумовлює розроблення високоефективних, стійких взаємопов'язаних мереж із високою потужністю. Тут основна увага повинна приділятися:

- підключенню до Інтернету;
- людському капіталу;
- використанню Інтернету;
- інтеграції цифрових технологій;
- цифровим суспільним послугам.

Таким чином, виокремлюються основні аспекти організації економічних відносин суб'єктів господарювання в інформаційному суспільстві, які потребують більш детального вивчення та аналізу: телекомунікаційний сектор, широкосмуговий зв'язок, мобільний зв'язок, використання Інтернету, Інтернет-послуги, електронне урядування, електронна комерція, електронний бізнес, навички ІКТ, дослідження та розробки. Процес створення цінності є результатом спільного виробництва між компанією, її партнерами та замовниками (чим більше ціннісна пропозиція зосереджена на важливій проблемі для замовника, тим краще). У цьому організаційному процесі інформаційні системи допомагають підприємствам трансформувати ланцюжок вартості у своєму секторі та запропонувати нові пропозиції щодо вартості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Dapp T.F. (2014) Fintech – The digital (r)evolution in the financial sector: Algorithm-based banking with the human touch, Deutsche Bank. URL : [https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000345837/Fintech+%E2%80%93+The+digital+\(r\)evolution+in+the+financia.PDF](https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000345837/Fintech+%E2%80%93+The+digital+(r)evolution+in+the+financia.PDF) (дата звернення: 15.12.2019).
2. Walker A. (2014) Banking without banks: Exploring the disruptive effects of converging technologies that will shape the future of banking. *Journal of Securities Operations and Custody*. № 7. P. 69–80.
3. Tetiana Bludova, Tetiana Galakhova, Volodymyr Tokar. Analysis of innovation security threat to the machine-building industry : collective monograph. Volume 4. Socio-economic reforms of the national economy recovery: the experience of Ukraine. Bydgoszcz. 2018. P. 179–208 / Edited by Olexandr Vlasjuk et al. Vol. 4. Bydgoszcz, Poland: University of Economy Publishing, 2018. 355 p.
4. Uhl A., Born M., Koschmider A., Janasz T. (2016) The Importance of Technological Trends and How to Exploit them for Business Excellence. In: Uhl A, Gollenia LA (eds) Digital Enterprise Transformation: A Business-Driven Approach to Leveraging Innovative IT. Gower Publishing Limited, Dorchester. P. 18–35.
5. Zeising M., Schönig S., Jablonski S. (2014) Towards a Common Platform for the Support of Routine and Agile Business Processes. *Proceedings of the 10th IEE International Conference on Collaborative Computing: Networking, Applications and Worksharing, Miami, USA:94–103*.
6. Henten A.H., Windekilde I.M. (2016) Transaction costs and the sharing economy. *Info*, Vol.18. № 1. P. 1–15.
7. Renda A., Simonelli F., Leceta J.M. and Könnölä T. (2017) Unleashing Innovation and Entrepreneurship in Europe: People, Places and Policies, CEPS Task Force Report, Brussels, 25 April.
8. Spiezia, V. and D. Gierten (2016), “New Markets and New Jobs”, OECD Digital Economy Papers, OECD Publishing, Paris.
9. Vogel, S. (2015), “Germany – Effects of digitalisation on the labour market and working conditions”, Eurofound, EurWork Article, 21 October.
10. Tetiana Bludova, Tetiana Galakhova, Volodymyr Tokar Modeling efficiency of advertising of enterprises in the conditions of the digital economy. Collective monograph. Volume 5. Economic security at risk: findings from digitalization of the national economy. Bydgoszcz. – 2019, pp. 186-214 / Edited by: Olexandr Vlasjuk, Olga Ilyash, Magdalena Osinska, Marzena Sobchak-Michalovska, Liubov Smoliar, Svitlana Hrynkevych. Vol. 5. Bydgoszcz, Poland: University of Economy Publishing, 2019. – 316 p.
11. World Economic Forum (2016) The Future of Jobs: Employment Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Global Challenge Insight Report, World Economic Forum, Cologny/Geneva, Switzerland.
12. De Souza, C. and R. Veugeler (2014) A broader view on EU data protection, Blogpost, Bruegel, Brussels.

13. Todoli-Signes A. (2015) The end of the subordinate worker: Sharing economy, on-demand economy, Crowdsourcing, Uber economy and other ways of outsourcing, 21 December. URL : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2719772 (дата звернення: 20.12.2019).

14. ENISA (2016) Security aspects of virtualization. Report, European Union Agency for Network and Information Security, Athens, 10 February. URL : www.enisa.europa.eu/publications/security-aspectsof-virtualization (дата звернення: 15.12.2019).

REFERENCES:

1. Dapp, T. F. (2014), Fintech – The digital (r)evolution in the financial sector: Algorithm-based banking with the human touch, Deutsche Bank Research, URL: [https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000345837/Fintech+%E2%80%93+The+digital+\(r\)evolution+in+the+financia.PDF](https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000345837/Fintech+%E2%80%93+The+digital+(r)evolution+in+the+financia.PDF) (accessed 15 January 2019).

2. Walker, A. (2014), "Banking without banks: Exploring the disruptive effects of converging technologies that will shape the future of banking", *Journal of Securities Operations and Custody* 7, 69–80.

3. Tetiana Bludova, Tetiana Galakhova, Volodymyr Tokar. Analysis of innovation security threat to the machine-building industry. Collective monograph. Volume 4. Socio-economic reforms of the national economy recovery: the experience of Ukraine. Bydgoszcz. – 2018, pp. 179-208. [Edited by: Olexandr Vlasjuk, Olga Ilyash, Magdalena Osinska, Liubov Smoliar, Larysa Frolova]. – Vol. 4. – Bydgoszcz, Poland: University of Economy Publishing, 2018. – 355 p.

4. Uhl, A., Born, M., Koschmider, A., Janasz T (2016). The Importance of Technological Trends and How to Exploit them for Business Excellence. In: Uhl A, Gollenia LA (eds) *Digital Enterprise Transformation: A Business-Driven Approach to Leveraging Innovative IT*. Gower Publishing Limited, Dorchester, pp 18–35.

5. Zeising M, Schönig S, Jablonski S (2014). Towards a Common Platform for the Support of Routine and Agile Business Processes. *Proceedings of the 10th IEE International Conference on Collaborative Comput-*

ing: Networking, Applications and Worksharing, Miami, USA:94–103.

6. Henten, A.H. and I.M. Windekilde (2016), "Transaction costs and the sharing economy", *Info*, Vol. 18, No. 1, pp. 1–15.

7. Renda, A., F. Simonelli, J.M. Leceta and T. Könölä (2017), "Unleashing Innovation and Entrepreneurship in Europe: People, Places and Policies", CEPS Task Force Report, Brussels, 25 April.

8. Spiezia, V. and D. Gierten (2016), "New Markets and New Jobs", *OECD Digital Economy Papers*, OECD Publishing, Paris.

9. Vogel, S. (2015), "Germany – Effects of digitalisation on the labour market and working conditions", *Eurofound, EurWork Article*, 21 October.

10. Tetiana Bludova, Tetiana Galakhova, Volodymyr Tokar. Modeling efficiency of advertising of enterprises in the conditions of the digital economy. Collective monograph. Volume 5. Economic security at risk: findings from digitalization of the national economy. Bydgoszcz. – 2019, pp. 186-214. [Edited by: Olexandr Vlasjuk, Olga Ilyash, Magdalena Osinska, Marzena Sobchak-Michalovska, Liubov Smoliar, Svitlana Hrynkevych]. – Vol. 5. – Bydgoszcz, Poland: University of Economy Publishing, 2019. – 316 p.

11. World Economic Forum (2016), "The Future of Jobs: Employment Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution", *Global Challenge Insight Report*, World Economic Forum, Cologny/Geneva, Switzerland.

12. De Souza, C. and R. Veugeler (2014), "A broader view on EU data protection", *Blogpost, Bruegel*, Brussels.

13. Todoli-Signes, A. (2015), "The end of the subordinate worker: Sharing economy, on-demand economy, Crowdsourcing, Uber economy and other ways of outsourcing", 21 December URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2719772 (accessed 20 January 2019).

14. ENISA (2016), "Security aspects of virtualization", Report, European Union Agency for Network and Information Security, Athens, 10 February URL: www.enisa.europa.eu/publications/security-aspectsof-virtualization (accessed 15 January 2019).

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА FACTORS OF COMPETITIVENESS OF RESTAURANT ENTERPRISES

УДК 640.4:642.5:640.4

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-69>

Барна М.Ю.

д.е.н., професор, перший проректор,
Львівський торговельно-економічний
університет

Гліненко Л.К.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри електронних засобів
інформаційно-комп'ютерних технологій
Національний університет
«Львівська політехніка»

Дайновський Ю.А.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу
Львівський торговельно-економічний
університет

Barna Marta

Lviv University of Trade and Economics

Hiinenko Larysa

Lviv Polytechnic National University

Daynovskyy Yuriy

Lviv University of Trade and Economics

У статті досліджуються особливості функціонування підприємств ресторанного господарства і чинники, що впливають на результативність їхньої діяльності. Доведено, що єдиним обґрунтованим способом формування переліку факторів конкурентоспроможності є виділення груп факторів, що можуть бути конкретизовані підгрупами або окремими факторами, склад яких залишатиметься відкритим і доповнюватиметься у міру розвитку технологій, обладнання, форм обслуговування, методів маркетингу. Запропоновано авторський склад груп факторів конкурентоспроможності у ресторанній справі і зроблена спроба їх деталізації конкретними наборами факторів. Встановлено, що відносна важливість окремих факторів конкурентоспроможності є різною для різних видів підприємств ресторанного господарства і закладів різного цінового рівня. Проаналізована ієрархія окремих факторів за ступенем важливості і ступенем одностайності експертів в оцінці цієї важливості. Підкреслено актуальність досліджень з обґрунтування конкурентних стратегій, які могли б закріпити довгострокові конкурентні переваги.

Ключові слова: фактори конкурентоспроможності, підприємство, ресторанне господарство, якість обслуговування, конкурентні переваги.

В статье исследуются особенности функционирования предприятий ресторанного хозяйства и факторы, влияющие на результативность их деятельности. Доказано, что единственным обоснованным способом формирования перечня факторов конкурентоспособности является выделение групп факторов, которые могут быть конкретизированы подгруппами или отдельными факторами, состав которых будет оставаться открытым и дополняться по мере развития технологий, оборудования, форм обслуживания, методов маркетинга. Предложено авторский состав групп факторов конкурентоспособности в ресторанном деле и предпринята попытка их детализации конкретными наборами факторов. Установлено, что относительная важность отдельных факторов конкурентоспособности различна для разных видов предприятий ресторанного хозяйства и учреждений различного ценового уровня. Проанализирована иерархия отдельных факторов по степени важности и степени единодушия экспертов в оценке этой важности. Подчеркнута актуальность исследований по обоснованию конкурентных стратегий, которые могли бы закрепить долгосрочные конкурентные преимущества.

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности, предприятие, ресторанное хозяйство, качество обслуживания, конкурентные преимущества.

The peculiarities of activity of restaurant enterprises and factors influencing the effectiveness of their activity are investigated in the article. The purpose of the article is to systematize the main factors of competitiveness of the restaurant enterprises, to justify the offers concerning their classification and to estimate the relevance of some of these factors. The essence of the concept of competitiveness in relation to the enterprises of restaurant industry is analyzed. It is noted that competitiveness is a relative characteristic, which reflects the competitive potential of a particular business unit in comparison with its competitors. It is shown that any aspect of enterprise activity can be a factor of its competitiveness. It is emphasized that the factors that refer similarly to all operators of a certain market and do not change their competitive relations appear not to be factors of competitiveness of the particular operator. It is underlined that since the competitiveness of an enterprise depends first of all on the activity of the enterprise itself, the factors of the competitiveness should be mainly internal. It is noted that it is necessary to discern the market development factors and the factors of competitiveness of specific enterprises in the appropriate market. It is proved that the only reasonable way to form a list of competitiveness factors is to identify groups of factors that can be specified by subgroups or individual factors, the set of which will be kept open and expanded as technology, equipment, forms of service, marketing methods move forward. The original list of the groups of competitiveness drivers in the restaurant business is proposed and an attempt to specify these groups with particular sets of factors has been made. It is established that the relative importance of individual factors of competitiveness is different for different types of restaurant enterprises and institutions of different price levels. The hierarchy of individual factors is analyzed according to the degree of importance as well as the degree of the experts' unanimity in the assessment of this importance. The necessity of further research on the justification and implementation of competitive strategies that could consolidate long-term competitive advantages is emphasized.

Key words: factors of competitiveness, enterprise, restaurant industry, quality of service, competitive advantages.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин і створення конкурентного середовища підвищують актуальність аналізу чинників і розробки практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств, їхньої продукції та послуг. Це повною мірою стосується і підприємств ресторанного господарства.

Сучасний ресторанний бізнес є галуззю, що динамічно розвивається і змінюється, у процесі чого відбувається його реструктуризація, виникнення нових і ліквідація менш успішних існуючих суб'єктів ринку. Такі зміни супроводжуються явною або прихованою конкурентною боротьбою за клієнтів. Особливо гострою ця боротьба стає в умовах недостатньої платоспроможності споживачів.

Це зумовлює актуальність досліджень, присвячених конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та розробленню заходів щодо її підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням конкурентоспроможності підприємств і, зокрема, підприємств ресторанного господарства присвячена значна кількість праць науковців: монографій [7], дисертацій [3], наукових статей [4–6; 8–12], матеріалів конференцій [13; 14], вони висвітлені також у навчальній літературі [1].

Конкурентоспроможність визначається надзвичайно широким спектром факторів, будь-який аспект діяльності підприємства може бути фактором його конкурентоспроможності. Тому

переважна більшість спроб сформуванню переліку цих факторів призводить до неповноти їх відображення, наведені в літературі переліки потребують доповнення певними неврахованими факторами. Спостерігаються розбіжності в оцінках науковцями і практиками значимості окремих факторів. Одні і ті самі параметри в різних публікаціях називаються факторами, чинниками або критеріями конкурентоспроможності, конкурентними перевагами, факторами конкурентних переваг. Навіть у одного і того самого автора в різних місцях однієї і тієї ж самої наукової праці можна знайти різні переліки таких чинників які називаються також критеріями конкурентоспроможності [3, с. 43 і с. 57].

Різними є і застосовувані системи класифікації факторів конкурентоспроможності. Останні поділяють зовнішні і внутрішні [2; 7, с. 16-17; 12], керовані і некеровані підприємством [3, с. 43], видимі і невидимі клієнту [12], техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові [2], виробничі, продуктові і маркетингові [14]. Причому в економічній літературі зустрічаються різні тлумачення навіть таких класичних груп факторів, як зовнішні (як незалежні від підприємства і як спрямовані на клієнта) і внутрішні (як такі, що можуть регулюватися підприємством і як невидимі клієнту) [7; 12].

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення переліку факторів конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства, обґрунтування пропозицій щодо їх класифікації і оцінка значимості окремих з цих факторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «конкурентоспроможність» різними вченими розглядається по-різному: і як характеристика, і як властивість, і як здатність, і як категорія. Не вдаючись детально до цієї полеміки, наголосимо, що з практичної точки зору конкурентоспроможність є відносною характеристикою, яка відображає конкурентний потенціал конкретного суб'єкта господарювання у порівнянні з його конкурентами. Тільки за наявності конкуренції є сенс говорити про конкурентоспроможність окремих учасників ринку. У даних відомими фахівцями визначеннях конкурентоспроможності підприємства так або інакше підкреслюється, що це здатність суб'єкта ринкових відносин успішно діяти на ринку поряд з аналогічними конкуруючими суб'єктами ринку або порівняно з подібними об'єктами, які функціонують на даному ринку [3, с. 17], тобто підкреслюється саме відносність цієї характеристики.

Виділяють два підходи до визначення конкурентоспроможності – компаративний і ресурсний [6, с. 136; 7, с. 24]. Компаративний полягає у порівнянні характеристик діяльності підприємства з відповідними характеристиками конкурентів. Ресурсний підхід базується на наявності різних видів ресурсів підприємства і потенційних можливостях їх використання. Проте другий підхід,

на наш погляд, у більшій мірі відповідає поняттю потенціалу, як сукупності різних видів ресурсів. Наявність певного потенціалу не пов'язана з наявністю чи відсутністю конкурентів, а поняття конкурентоспроможності виникає тільки у зв'язку з існуванням конкурентів. Тому ми віддаємо перевагу саме компаративному підходу.

Досить популярним при розгляді певних факторів є їх поділ на зовнішні і внутрішні (які для недопущення згаданих вище подвійних тлумачень, на наш погляд, краще називати макрофакторами і мікрофакторами). До зовнішніх факторів (макрофакторів) конкурентоспроможності дослідники переважно відносять: політичну ситуацію в державі, загальну економічну політику та економічний стан країни, державну податкову та законодавчу політику і наявну законодавчу базу, інвестиційну привабливість країни та галузі, розміщення виробничих сил, економічні зв'язки, наявність сировинних ресурсів, рівень концентрації діяльності у галузі, наявність конкурентів, макросистему управління, загальний рівень техніки та технологій, рівень розвитку ринкової інфраструктури, інфляційні процеси в країні, наявність кваліфікованої робочої сили на ринку праці, доходи і рівень життя населення [3, с. 43; 7, с. 17].

Як вже було зазначено, оскільки конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, то вона стає відчутною тільки у порівнянні з конкурентами. Без конкурентів немає конкурентоспроможності. Перелічені фактори можна вважати факторами конкурентоспроможності держави загалом або національної економіки (у порівнянні з іншими державами або національними економіками), конкурентоспроможності галузі або регіону (у порівнянні з іншими галузями чи регіонами). Проте оскільки поняття конкурентоспроможності стає практично значимим тільки у порівнянні з конкурентами, фактор конкурентоспроможності конкретного підприємства мав би впливати на зміну його конкурентних співвідношень з іншими підприємствами. Тому фактори, які в однаковій мірі стосуються усіх операторів певного ринку і не змінюють їх конкурентних співвідношень (а такими є всі вищезазначені макрофактори) не є факторами конкурентоспроможності конкретного з них. Вищими чи нижчими є доходи населення, кращою чи гіршою є інвестиційна привабливість галузі – це стосується усіх гравців ринку. Оскільки ці фактори впливають на всі підприємства певної галузі, вони перестають бути факторами конкурентоспроможності конкретного підприємства. Єдине виключення – коли макросистема управління або, наприклад, законодавча база сприяють погіршенню або покращенню становища підприємств певного типу або конкретного підприємства, що у сфері ресторанного господарства є надзвичайно рідким явищем.

Конкурентоспроможність підприємства залежить, перш за все від діяльності самого підприємства,

відповідно, усі чинники цієї конкурентоспроможності (окрім випадкових або корупційно-кримінальних) мають бути внутрішніми (мікрофакторами). Таким чином, слід розрізняти фактори розвитку певного ринку загалом і фактори конкурентоспроможності конкретних підприємств, їх нерідко змішують.

У [7, с. 17] зазначено вісім основних внутрішніх факторів конкурентоспроможності: система і методи управління і довгострокового планування, організація виробництва, застосовувані технології, маркетинг, ступінь задоволення додаткових потреб конкретного споживача, інновації, якість розробки нових товарів. Але кількість факторів конкурентоспроможності практично безмежна і їх склад залежить від застосовуваної системи класифікації і рівня деталізації. Так, у даному переліку очевидно бракує таких факторів, як якість товарів (а не тільки якість їх розробки), застосовувана система управління якістю, ступінь задоволення основних (а не тільки додаткових) потреб споживача, матеріально-технічна база, кваліфікація кадрів і т.д. і т.п. Для підприємств ресторанного господарства важливими є інтер'єр, місце розташування, наявність парковки, кімнати або майданчика для дітей, чистота туалетів та інші фактори, перелік яких можна розширювати і при цьому жоден перелік не можна буде вважати за вичерпний.

Т. А. Воронюк розроблена «піраміда конкурентоспроможності», в основі якої – конкурентоспроможність держави, далі за рівнями знизу вверх – конкурентоспроможність національної економіки, регіону, галузі, кластера, нарешті конкурентоспроможність підприємства і на найвищому рівні – конкурентоспроможність товару [3, с. 25]. Особливістю конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства на відміну від підприємств-виробників товарів є те, що стосовно них така піраміда вимагає корегування, адже продуктом в ресторанній справі є це не просто блюдо, відповідно на найвищому рівні має бути і підприємство і його продукт, причому роль власне підприємства значиміша, ніж у більшості інших галузей сфери обслуговування.

Особливості конкуренції у ресторанному бізнесі пов'язані, зокрема, з тим, що продуктом ресторанної справи, який пропонується клієнтам, є не тільки власне блюдо, але і спосіб його пропонування, включаючи загальну атмосферу закладу, комфортність, інтер'єр, чистоту, ввічливість і компетентність персоналу. Це означає не що інше, як те, що конкурентна боротьба за клієнта ресторану розповсюджується не тільки на забезпечення якості їжі, але і на усі ці параметри, що оточують процес її надання і споживання. Більше того, за умов, коли підприємства ресторанного господарства переважно укомплектували штат кухарів досвідченими і кваліфікованими спеціалістами своєї справи і вирізнитися особливою якістю страв

можуть лише одиниці, саме процес обслуговування стає основою конкурентної боротьби.

Серед системи мікрочинників конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства особливим є чинник задоволеності споживачів. Справа у тому, що думка споживача про заклад є одночасно, як результатом обслуговування, так і стимулятором або дестимулятором наступних візитів до того ж закладу. Саме тому процес маркетингу вважається циклічним – від вивчення потреб споживача і створення відповідного продукту до вивчення ступеня його задоволеності вже після продажу продукту з метою його вдосконалення і подальшого пропонування споживачеві.

Згідно з результатами дослідження В. М. Момот головним критерієм вибору споживачами підприємства ресторанного господарства є якість обслуговування та продукції, а престижність та зовнішній вигляд, хоча і залишаються важливими, все ж відходять на другий план [9, с. 73]. Інше дослідження показало, що головним фактором рішення респондентів не відвідувати ресторан є сервіс – 52,60 %, тільки 20,23% критично налаштованих відвідувачів ресторанів не повернуться в до них з причини високої ціни [13].

Ціна займає особливе місце серед факторів конкурентоспроможності послуг ресторанного господарства. Справа у тому, що рішення споживача завжди відбувається на стику параметрів ціна/якість. Якщо чинників, що формують загальне враження про якість – десятки, то ціна з врахуванням знижок, бонусів є єдиним параметром, який дає підстави споживачеві визначитися, чи згідний він витратити відповідну кількість грошей за пропоновану йому споживчу корисність.

Попит на послуги підприємств ресторанного господарства є достатньо еластичним від цін і доходів населення. Оскільки ці доходи знаходяться під впливом макроекономічних, соціальних, політичних чинників, то будь-які кризові або передкризові явища у державі автоматично впливають на покупцьку спроможність споживачів і загострюють конкурентну боротьбу серед підприємств різних галузей. Попри те, що харчування людей є першочерговою потребою, за погіршення матеріальних умов значна частина споживачів переходитимуть від споживання послуг підприємств ресторанного господарства до купівлі продуктів у магазинах, що зумовлює підвищену чутливість ресторанних підприємств до впливу макроекономічних чинників і, відповідно, загострює конкурентну боротьбу між ними.

Відомо, що сфера цінової конкуренції найбільше поширена у бідніших країнах, а у країнах з вищою платоспроможністю населення зростає роль нецінових напрямів конкурентної боротьби (конкуренція у сфері реклами, брендингу, сервісу, систем стимулювання збуту і т.п.). Оскільки ресторанний бізнес апріорі спрямовує свою діяльність у більшій мірі

на сегмент населення з вищою конкурентоспроможністю, відповідно у цій сфері розширюється значення нецінової конкуренції, вона стає різноманітнішою і розповсюджується на усі значимі для споживача аспекти ресторанного обслуговування.

Спроби систематизувати перелік цих значимих аспектів ресторанного обслуговування неодноразово робилися вітчизняними вченими [2; 4; 7, с. 17; 8; 10; 12]. Наприклад, Д. В. Нагернюк як основні чинники конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства розглядає продукцію (асортимент, смакові якості і привабливість зовнішнього вигляду страв), послуги (унікальність, широта), персонал (майстерність обслуговування, комунікабельність, дотримання санітарно-гігієнічних норм), імідж (візуальний імідж – вигляд торгового залу, оформлення інтер'єру, зовнішній вигляд персоналу, фірмова символіка та бізнес-імідж – інформація щодо репутації як підприємства, що гарантує високий рівень послуг), ціни (середній чек, система знижок) [10]. Очевидно, що з цього переліку явно випадають чинники, наприклад, технічного рівня наявного обладнання, рівня виконання функцій управління і маркетингу.

Ми не погоджуємося з точкою зору авторів, які при визначенні конкурентоспроможності на перше місце ставлять наявність конкурентних переваг [6, с. 136], а далі – низку інших факторів, адже наявність конкурентних переваг – це власне і є конкурентоспроможність, а конкретні конкурентні переваги є факторами конкурентоспроможності.

Спроба узагальнити існуючі у наукових публікаціях фактори конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства призвела авторів до висновку, що єдиним обґрунтованим способом формування переліку таких факторів є виділення груп факторів, що можуть бути конкретизованими підгрупами або окремими факторами, склад яких залишатиметься відкритим і доповнюватиметься у міру розвитку технологій, обладнання, форм обслуговування, методів маркетингу і т.п. На наш погляд, такими групами факторів у ресторанній справі могли би бути:

- **концепція ресторану і його імідж** (наявність концепції і стратегії закладу, системи довгострокового планування, власних стандартів обслуговування, загальний імідж закладу, його популярність, контингент відвідувачів, відгуки в соціальних мережах);

- **місцезнаходження і оформлення** закладу (транспортне сполучення, екстер'єр і інтер'єр приміщення, дизайн, ергономічність меблів);

- **якість продукції** (якість страв власного виробництва і покупних продуктів, ресурсне забезпечення, наявність стандартних технологій приготування, свіжість продуктів, безпечність харчування);

- **унікальність або позиціонування** закладу (етнічні кухні – середземноморська, японська,

французька, італійська та кухні авторського, креативного спрямування);

- **асортимент** страв і напоїв, наявність дитячого меню, страв функціонального призначення;

- **система обслуговування** (режим роботи закладу, спосіб обслуговування (офіціантом чи самообслуговування), швидкість приготування страв і обслуговування, комунікативна якість обслуговування (уважність, ввічливість, люб'язність), сервіровка столу, наявність кнопки виклику офіціанта, зручність розрахунку, шведський стіл, сніданки, система «wow&sorry» (здивувати клієнта та миттєво виправити помічені ним помилки), чистота тощо);

- **задоволення додаткових потреб споживача:** доступ до Інтернет, VIP-зали, безкоштовна паркувальна зона, музикальний супровід, караоке, дитячі майданчики, басейн, сауна, пейнтбол, теніс, боулінг, послуги сомельє, риболовля, теппан-шоу, гастрономічні шоу, бар-шоу, кімнати для паління;

- **можливість організації і проведення колективних заходів** – весіль, фуршетів, банкетів, ювілеїв, дитячих свят (з наданням послуг тамади, флористів, дизайнерів, операторів фото-і відеозйомки, піротехніків, артистів, аніматорів, клоунів, ілюзіоністів, організаторів ігор і розваг);

- **цінова політика** (рівень цін, системи знижок і програми лояльності);

- **обладнання** (рівень технічного оснащення і технологічний рівень виробництва, умови зберігання продукції);

- **інновації** у діяльності закладу (нові блюда, нове устаткування, нові види теплової обробки продуктів, нові види сировини і продуктів, застосування QR-кодів, роботів-швейцарів, роботів-кухарів, роботів-офіціантів, електронного меню, 3D-візуалізацій);

- **менеджмент** (ефективність процесів управління і організації, організаційна структура і стиль управління, корпоративні цінності, рівень соціальної відповідальності);

- **кваліфікація і мотивованість** персоналу (кваліфікаційний рівень працівників, підвищення кваліфікації, система стимулювання праці, продуктивність праці персоналу);

- **маркетинг** (організація і ефективність маркетингу, реклами і процесу реалізації продукції і послуг, Інтернет-замовлення, кейтеринг, доставка продукції);

- **використання ефекту масштабу** (мережа підприємств, франчайзинг, розмір підприємств, комплекси готель-ресторан);

- **фінанси** (рентабельність, фінансова стійкість, наявність фінансових ресурсів і резервів, рівень витрат на вироблення продукції і утримання закладу);

- **дотримання вимог безпеки** (пожежна безпека, охорона, безпечність паркінгу, гардеробу);

- **дотримання санітарно-гігієнічних норм** (чистота, вентиляція, температура, шум, запах).

Слід зауважити, що відносна важливість окремих факторів конкурентоспроможності є різною для різних видів підприємств ресторанного господарства і закладів різного цінового рівня. Так, якщо наявність послуг сомельє є важливою для елітного ресторану, то вона абсолютно неважлива для пересічного бару, якщо швидкість обслуговування важлива для ресторану швидкого харчування, то для елітного ресторану вона не так критична. Табл. 1 ілюструє різну важливість окремих факторів конкурентоспроможності для різних видів підприємств ресторанного господарства.

Опитування експертів стосовно важливості окремих аспектів діяльності ресторанного закладу як його можливих конкурентних переваг (табл. 2) показало, що існують суттєві розбіжності у відповідях респондентів на це питання. Найважливішою характеристикою з запропонованих в анкеті виявився асортимент пропонованих рестораном страв: троє експертів визнали його найважливішою характеристикою, четверо поставили на друге місце (причому всі вони віддали перший пріоритет різним характеристикам) і один – на третє. Середній ранг параметру «асортимент страв» – 1,75, – удвічі вищий ніж ранг параметрів, які посіли друге місце за значимістю – імідж закладу і ціновий рівень. Причому в оцінці двох останніх думки експертів розійшлися: у діапазоні від першого до шостого місця була оцінена роль іміджу, і в діапазоні від першого до дев'ятого – роль ціни. Інакше кажучи, зниження ціни не є безумовним фактором конкурентної переваги, що особливо характерно для ресторанів елітного класу. Далі за ступенем важливості – чинники місцезнаходження ресторану, рівня кваліфікації персоналу і якості

розважальної програми. Найменш важливими виявилися чинники приналежності закладу до мережі, інноваційного підходу до роботи і наявності комплексу готель-ресторан.

Звернемо увагу на ступінь однотайності розстановки пріоритетів різними експертами, що відображається коефіцієнтом варіації рангів, присвоєних експертами кожному з параметрів. Найбільша однотайність експертів (найменший коефіцієнт варіації) була стосовно характеристик з найменшою значущістю – наявність комплексу готель-ресторан, інноваційний підхід до роботи і приналежність закладу до мережі. Найбільша розбіжність думок експертів виявилася стосовно характеристик цінового рівня (оскільки ціна є непрямим показником престижності, то попит на обслуговування в елітному ресторані не обов'язково знижується при підвищенні ціни), місцезнаходження ресторану (далеко – не завжди погано, а близько – не завжди добре) і іміджу закладу (який відіграє неоднакову роль стосовно елітних ресторанів і закладів з більш демократичними цінами).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства пропонуємо використовувати систему чинників, що відображають відповідність продукції та послуг закладу попиту споживачів та формують сильну конкурентну позицію підприємства.

Враховуючи різноманітність чинників конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства перспективними є подальші дослідження з обґрунтування і впровадження конкурентних стратегій, які б могли забезпечити формування і підтримку високого рівня конкурентоспроможності і довгострокових конкурентних переваг.

Таблиця 1

Залежність найважливіших параметрів конкурентоспроможності від виду підприємств ресторанного господарства

Окремі групи підприємств ресторанного господарства [за 6, с. 137-138]	Приклади параметрів, конкурентні переваги за якими є суттєвими для підприємств відповідної групи
Ресторан	асортимент продукції власного виробництва, рівень обслуговування, комфорту, організації відпочинку
Кав'ярня	різноманітність асортименту кави та кондитерських виробів
Кафе-пекарня	асортимент і якість виробництва борошняних і кондитерських виробів
Чайний салон	різноманітність асортименту чаю, кондитерських та борошняних кулінарних виробів
Закусочна	асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, швидкість обслуговування
Бар	асортимент алкогольних і безалкогольних напоїв
Нічний клуб	видовища і розважально-танцювальні програми, музичний супровід
Пивна зала	широта асортименту пива
Їдальня	наявність комплексних раціонів харчування
Фабрика-заготівельня	якість, швидкість і вартість виробництва власної продукції
Ресторан за спеціальними замовленнями (catering)	якість виїзного обслуговування споживачів

Джерело: розроблено авторами

Експертне ранжування конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства

Експерти	Місцезнаходження	Асортимент страв (меню)	Імідж закладу	Кваліфікація обслуговуючого персоналу	Розважальна програма	Інноваційний підхід до роботи	Приналежність до мережі відомих ресторанів	Заклад у комплексі з готелем	Ціна (середній чек)
1	1	3	2	5	6	7	8	9	4
2	6	1	2	4	8	5	7	9	3
3	3	2	4	5	6	8	7	9	1
4	4	2	1	5	8	7	6	9	3
5	1	2	4	6	5	9	7	8	3
6	4	2	6	5	1	9	7	8	3
7	8	1	3	4	5	6	9	7	2
8	4	1	6	2	5	7	3	8	9
Середній ранг	3,88	1,75	3,50	4,50	5,50	7,25	6,75	8,38	3,50
Коефіцієнт варіації	56,9	37,8	49,5	24,8	37,5	17,9	24,3	8,3	63,9

Джерело: розраховано авторами за [5, с. 226]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2019. 342 с.

2. Баран О. П. Управління конкурентоспроможністю закладу ресторанного господарства. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 100 с. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/jsui/bitstream/316497/18763/1/Olia%20Baran%20Maricster-ska%20%281%29.pdf> (дата звернення: 06.04.2020).

3. Воронюк Т. А. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Одеса : Одеська національна академія харчових технологій, 2019. 200 с.

4. Діденко Є. О., Дідук О. А. Види конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства та особливості управління ними. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 12 (175). С. 107-111.

5. Дружиніна В. В. Використання експертного методу для оцінки конкурентоспроможності ресторанних закладів у туристичній сфері. Економіка і суспільство. 2019. Випуск № 20. С. 221-228.

6. Кирніс Н. І. Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2013. № 5 (61). С. 135-140.

7. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія/ за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

8. Литвиненко Я. В., Литвиненко Т. Є. Напрямки підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства в Україні. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/12857/1/hotel%20establishments.pdf> (дата звернення: 06.04.2020).

9. Момот В. М., Нежурко В. В. Способи управління якістю на підприємствах ресторанного. Економіка та

управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2013. № 3 (15). С. 71-78.

10. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Ефективна економіка. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142> (дата звернення: 06.04.2020).

11. Обозна А. О., Шабельник Н. М., Федотов І. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг та ефективність їх застосування на підприємстві. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 13. С. 17-23.

12. Приходько Д. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності ресторанів японської кухні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 14. С. 516-521. URL: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2599-prihodko-d-o-teoretichni-aspekti-konkurentospromozhnosti-restoraniv-yaponskoji-kukhni> (дата звернення: 06.04.2020).

13. Продан І. О., Баран О. П. Система клієнтоорієнтованого сервісу в закладі ресторанного господарства. Міжнародний бізнес і туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Тернопіль, 12-13 травня 2016 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2016. С. 58.

14. Фортуненко М. І. Фактори конкурентоспроможності закладів швидкого харчування. Сучасні підходи до управління підприємством: збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (28 квітня 2016 р.). К., Вид-во «Політехніка», 2016. С. 97.

REFERENCES:

1. Arkhipov V. V., Rusavs'ka V. A. (2019) Orhanizatsiia obsluhovuvannia u zakladakh restorannoho hospodarstva [Organization of service in restaurant enterprises]. Kyiv: TsUL, 342 p. (in Ukrainian)

2. Baran O. P. (2017) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu zakladu restorannoho hospodarstva [Managing the

competitiveness of the restaurant enterprise]. Ternopil': TNEU, 100 p. Available at: [http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/18763/1/Olia%20Baran%20%D0%9c%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8c%D0%ba%D0%B0%20%281%29.pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/18763/1/Olia%20Baran%20%20%D0%9c%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8c%D0%ba%D0%B0%20%281%29.pdf) (accessed 06 April 2020).

3. Voroniuk T. A. (2019) Formuvannia mekhanizmu upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Formation of the mechanism for managing the competitiveness of restaurant enterprises], (PhD Thesis), Odesa: Odessa National Academy of Food Technologies. (in Ukrainian)

4. Didenko Ye. O., Diduk O. A. (2015) Vydy konkurentnykh perevah pidpriemstv restorannoho hospodarstva ta osoblyvosti upravlinnia nymy [Types of competitive advantages of restaurant enterprises and peculiarities of their management]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 12 (175), pp. 107-111.

5. Druzhynina V. V. (2019) Vykorystannia ekspertnoho metodu dlia otsinky konkurentospromozhnosti restorannykh zakladiv u turystychnij sferi [Application of expert method to assess the competitiveness of restaurant establishments in the tourism sector]. *Ekonomika i suspil'stvo*, no. 20, pp. 221–228.

6. Kyrnis N. I. (2013) Aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva v suchasnykh umovakh [Aspects of competitiveness of restaurant enterprises in modern environment]. *Naukovyj visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 5 (61), pp. 135–140.

7. Konkurentospromozhnist' pidpriemstva : otsinka rivnia ta napriamy pidvyschennia (2013) [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement]. Odesa: Atlant, 470 p. (in Ukrainian)

8. Lytvynenko Ya. V., Lytvynenko T. Ye. (2019) Napriamky pidvyschennia konkurentospromozhnosti zakladiv hotel'no-restorannoho hospodarstva v Ukraini [Directions for increasing competitiveness of hotel and restaurant facilities in Ukraine]. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/12857/1/hotel%20establishments.pdf> (accessed 06 April 2020).

9. Momot V. M., Nezhurko V. V. (2013) Sposoby upravlinnia yakistiu na pidpriemstvakh restorannoho typu [Methods of quality management at the enterprises of restaurant type]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*, no. 3 (15), pp. 71 – 78.

10. Naherniuk D. V. (2016) Osnovni chynnyky, scho formuiut' konkurentospromozhnist' pidpriemstv restorannoho hospodarstva [The main factors forming the competitiveness of restaurant enterprises]. *Efektivna ekonomika*, no. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142> (accessed 06 April 2020).

11. Obozna A. O., Shabel'nyk N. M., Fedotov I. A. (2019) Analiz suchasnoho rynku restorannykh posluh ta efektyvnist' ikh zastosuvannia na pidpriemstvi [Analysis of the modern restaurant services market and efficiency of their application at the enterprise]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 13, pp. 17–23.

12. Prykhod'ko D. O. (2016) Teoretychni aspekty konkurentospromozhnosti restoraniv iapons'koi kukhni [Theoretical aspects of Japanese cuisine restaurant competitiveness]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, no. 14, pp. 516–521. Available at: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2599-prihodko-d-o-teoretichni-aspekty-konkurentospromozhnosti-restoraniv-yaponskoji-kukhni> (accessed 06 April 2020).

13. Prodan I. O., Baran O. P. (2016) Systema kliientooriietovanoho servisu v zakladi restorannoho hospodarstva [Customer-oriented service system in a restaurant business]. *Proceedings of the Mizhnarodnyj biznes i turizm v Ukraini: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku: mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (Ukraine, Ternopil', May12–13, 2016 p.)*. Ternopil': TNEU, p. 58.

14. Fortunenko M. I. (2016) Faktory konkurentospromozhnosti zakladiv shvydkoho kharchuvannia [Fast food competitiveness factors]. *Proceedings of the Suchasni pidkhody do upravlinnia pidpriemstvom: Vseukrains'ka naukovo-praktychna konferentsiia (Ukraine, Kyiv, April 28, 2016)*, Kyiv: Vyd-vo «Politekhnik», p. 97.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВАRESEARCH OF THE COMPLEX
OF MARKETING COMMUNICATIONS OF THE ENTERPRISE

У статті досліджено, що в умовах посилення конкуренції на фінансовому і грошово-кредитних ринках банки вимушені застосовувати нові фінансові інструменти для забезпечення стійкості, розвитку та конкурентоспроможності своїх фінансових установ. А оскільки сучасний комерційний банк можна розглядати як підприємство з виробництва і надання фінансових послуг – то наявність і розробка потужних маркетингових стратегій щодо просування своєї продукції до споживачів є актуальною і затребованою для ефективного функціонування комерційного банку. Ситуація, що складається на банківському ринку характеризується загостренням цінової і загальної конкуренції, зростанням ролі чинника підтримання стосунків з клієнтами, подальшою диверсифікацією запропонованих продуктів, зростанням впливу каналів розподілу банківських послуг і продуктів. Внаслідок цього банки стурбовані пошуком конкурентних переваг. Для вирішення проблем, що виникають, вони посилюють маркетингову діяльність за такими напрямками: вдосконалення банківських продуктів і послуг, розробка нових продуктів, розширення програм розвитку стосунків з клієнтами, моніторинг діяльності конкурентів, створення маркетингової культури в організації.

Ключові слова: виробничо-збутова діяльність, маркетинг, стратегічне планування, підприємство, споживчий ринок, комунікації, конкуренція.

В статье исследовано, что в условиях усиления конкуренции на финансовом и

денежно-кредитных рынках банки вынуждены применять новые финансовые инструменты для обеспечения устойчивости, развития и конкурентоспособности своих финансовых учреждений. А поскольку современный коммерческий банк можно рассматривать как предприятие по производству и предоставлению финансовых услуг – это наличие и разработка мощных маркетинговых стратегий по продвижению своей продукции до потребителей является актуальной и востребованной для эффективного функционирования коммерческого банка. Ситуация, складывающаяся на банковском рынке, характеризуется обострением ценовой и общей конкуренции, ростом роли фактора поддержания отношений с клиентами, дальнейшей диверсификацией предлагаемых продуктов, ростом влияния каналов распределения банковских услуг и продуктов. В результате банки озабочены поиском конкурентных преимуществ. Для решения возникающих проблем, они усиливают маркетинговую деятельность по следующим направлениям: совершенствование банковских продуктов и услуг, разработка новых продуктов, расширение программ развития отношений с клиентами, мониторинг деятельности конкурентов, создание маркетинговой культуры в организации.

Ключевые слова: производственно-сбытовая деятельность, маркетинг, стратегическое планирование, предприятие, потребительский рынок, коммуникации, конкуренция.

УДК 339.138

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-70>

Семенов А.Г.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки
Класичний приватний університет

Semenov Andrii

Classic Private University

The article explores that in the face of increased competition in the financial and monetary markets, banks are forced to use new financial instruments to ensure the sustainability, development and competitiveness of their financial institutions. And since a modern commercial bank can be considered as an enterprise for the production and provision of financial services, the availability and development of powerful marketing strategies to promote its products to consumers is relevant and in demand for the effective functioning of a commercial bank. The situation in the banking market is characterized by aggravation of price and general competition, the growing role of the factor of maintaining relations with customers, the further diversification of the products offered, the growing influence of the distribution channels of banking services and products. As a result, banks are worried about finding competitive advantages. To solve problems, they strengthen marketing activities in the following areas: improving banking products and services, developing new products, expanding customer relationship development programs, monitoring the activities of competitors, creating a marketing culture in the organization. Marketing is no longer the concern of individual employees of the company, it has become the business of every employee, the core of the enterprise strategy. A new generation of marketers (the so-called marketing practitioners) is required to develop such qualities as strategic thinking, ability to communicate, and the ability to understand customer needs. Special knowledge is inferior in importance to the general skills of a creative approach, as well as the ability to quickly learn new activities. The key concept in modern business is becoming a change. In our complex world, only an innovative approach can provide a competitive advantage and survival. Bank marketing is a bank management system that provides for the accounting and study of processes occurring in the capital market as a whole, and in its individual sectors: the banking sector, the credit system, and the securities market.

Key words: supply and marketing activities, marketing, strategic planning, enterprise, consumer market, communications, competition.

Постановка проблеми. Система маркетингових комунікацій відіграє велику роль у системі банківського маркетингу, адже через неї проходить інформування споживачів про новинку чи про нові застосування існуючого товару, інформування про зміну ціни, пояснення принципів дії товару, опис послуг, що робляться, виправлення неправильних уявлень чи розсіювання побоювань споживача, формування образу фірми/товару/марки.

Аналізуючи наукові джерела, часто зустрічається думка, що комунікації служать засобом включення банку у зовнішнє середовище,

забезпечують йому необхідний рівень взаємодії з навколишнім простором, без спілкування з яким неможливо, або взагалі безглуздо існування банку. Найбільш важливим для життєдіяльності банку є налагодження комунікацій з реальними і потенційними клієнтами. Звичайно, не можна зневажати комунікаціями з іншими суб'єктами ринку, однак, варто визнати, що усі вони у підсумку спрямовані на формування ефективних комунікацій саме з клієнтами [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями щодо удосконалення маркетингової

діяльності банків присвячені праці таких вчених, економістів і науковців: О.І. Лаврушина, М. Міллера, В.І. Міщенко, Т.С. Смовженка, П. Туфана, О.М. Колодізева, Кривич Я.М., Єгоричевої С.Б., Діденко О.М. та ін.

Розглянувши пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності в банках зазначених вище вчених, було зроблено висновок, що роботи мають переважно теоретичний характер, а отже тема потребує детального дослідження у сучасних економічних умовах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження комплексу маркетингових комунікацій АТ КБ «Приватбанк» з урахування об'єктивної оцінки маркетингової інформації. У його процесі відзначимо застосування АТ КБ «Приватбанк» наступних комунікаційних інструментів: реклами; стимулювання збуту банківських продуктів, прямого маркетингу; публік рілейшнз; персональні продажі тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою з'ясування існуючої специфіки і прогнозування тенденцій застосування комплексу маркетингових комунікацій АТ КБ «Приватбанк», було проведене дослідження повного набору основних засобів КМК, використовуваних АТ КБ «Приватбанк». Розглянемо більш докладно кожний з виділених інструментів банківських комунікацій. Проведене дослідження використання АТ КБ «Приватбанк» різних рекламних інструментів, дозволило сформулювати призначення зовнішніх складових рекламно-інформаційного забезпечення АТ КБ «Приватбанк» (табл. 1). Стратегія банку спрямована на перехід від обслуговування у відділеннях банку до ідеології навчання клієнтів використанню дистанційних інструментів банківського обслуговування.

«Приват24» – надзвичайно цікавий і прогресивний продукт для людей, які вміють цінувати свій час і користуються всіма благами управління особистими фінансами за допомогою мережі Інтернет. Особистий кабінет «Приват24» дає багато можливостей, а саме: надає своїм клієнтам найширший перелік послуг у зручному для них режимі реального часу. Приватбанк онлайн може бути запущений з будь-якої точки Землі, для чого потрібно мати тільки лише вихід у Всесвітню павутину.

АТ КБ «ПриватБанк» належить до найбільших розробників мобільних платіжних додатків в Україні. Окрім «Приват24» існують інші різноманітні додатки серед яких iPay (дозволяє приймати до оплати картки Visa та MasterCard з мобільного телефону, планшета та персонального комп'ютера), SendMoney (додаток для швидкого переказу грошей на картки з голосовим керуванням і автоматичним запам'ятовуванням шаблонів), «ФотоКасса» (додаток для оплати рахунків за допомогою фотокамери телефону) та інші.

Інтернет-банкінг значно скорочує собівартість банківської операції, що дозволяє банкам надавати клієнтам послуги дистанційно. Клієнту потрібен лише доступ до Інтернету та захищений носій із ключем електронного цифрового підпису.

У результаті проведених досліджень, щодо конкурентів було виявлено, що лідерами ринку на жовтень 2019 року є «ПриватБанк», його Інтернет-банкінгом користується 9 млн чоловік. На другому місці ПУМБ – 911 тис. користувачів, далі йде Укрексімбанк – 851 тис., Альфа банк – 560 тис. і замикає п'ятірку ОТП Банк – 437 тис. клієнтів. (рис. 1).

Отже, слід зазначити, що використання Інтернету дозволяє уникнути зайвих витрат на встановлення нової системи, що робиться під час підключення клієнт-банку. Таким чином Інтернет-банкінгом мають змогу користуватися й фізичні особи. Перебуваючи вдома, можна здійснювати різноманітні платежі за послуги та придбані товари. Наразі, крім найпростіших операцій, у користувача Інтернету з'являється можливість отримувати й інші банківські послуги як-то: купівля-продаж цінних паперів, іноземної валюти, користування картковими рахунками.

Конфіденційність даних, що було передано по каналах Інтернет-банкінгу гарантується завдяки використанню при обміні інформацією сертифікованих засобів криптографічного захисту, механізму аутентифікації клієнтів, а також постійному контролю за цілісністю інформації.

Інтернет-банкінг від «Приват24» поглинув всю Україну. Українська електронна платіжна система «Приват24» доступна тепер клієнтам всіх українських банків. Власники пластикових карт, емітованих кожним з банків, можуть скористатися послугами Інтернет-банкінга від «ПриватБанк». Можливість поповнити свій електронний рахунок з будь-якої карти українського банку – це новий крок у розвитку систем електронних платежів в Україні, аналога цієї послуги поки що не надає жоден банк у Східній Європі і СНД.

Для нормального та повноцінного функціонування системи Інтернет-платежів в Україні необхідно запровадити систему цифрових підписів, які дадуть змогу ідентифікувати особу на віддалі. Слід зазначити, що цифровий підпис має видаватися одночасно з паспортом та ідентифікаційним кодом і ця процедура повинна бути обов'язковою. Незважаючи на труднощі з впровадженням Інтернет-технологій у банківській сфері, з кожним днем кількість бажаючих зайняти свій сегмент ринку банківських Інтернет-технологій збільшується. Можна зробити висновки, що послуги, які надають банки через Інтернет, з кожним днем цікавлять все більшу кількість споживачів, саме тому банки, які першими досягнуть відображення своєї діяльності в Інтернеті, займуть провідні позиції на банківському ринку України [5].

Комплекс маркетингових комунікацій, що використовуються у АТ КБ «Приватбанк»

Інструменти КМК	Види	Носії
Реклама	Зовнішня	Покажчики
		Рекламні щити
		Вивіски
		Тендери
		Лайтбокси
		Вікна (вітрини)
		Вхідні двері установ банку
	Внутрішня	Інформаційні стійки
		Інформаційні стенди
		Інформаційні табло
		Робочі стійки
		Рекламні матеріали
		Плакати
	Поліграфічна	Проспекти
		Каталоги товарів та послуг
		Набори рекламних матеріалів
		Буклети
		Плакати
		Рекламні листівки
		Календарі
Листівки, поштові картки		
Сувенірна	Вироби з над печаткою	
	Ділові подарунки	
В ЗМІ	Реклама у пресі	
	Віщальна реклама	
	Реклама у комп'ютерних мережах	
Стимулювання збуту	Стимулювання клієнтів	Скидки
		Премії
		Розіграші і лотереї
	Стимулювання працівників	Матеріальне стимулювання
		Моральне стимулювання
Прямий маркетинг	Пошта, телефон, факс, E-mail	
	Голосова інформаційна система	
	Система автоматичного оповіщення	
Публік релішнз	Спонсорство і меценатство	В області спорту
		В області мистецтва і культури
		В соціальній сфері
	Фірмовий стиль	Фірмовий знак, логотип, блок
		Фірмовий лозунг, фірмовий колір

Основною тенденцією розвитку дистанційного обслуговування клієнтів в Україні є поступове збільшення кількості банків, які впроваджують Інтернет-банкінг. Це дозволить значно розширити клієнтську базу, що призведе до підвищення конкурентоспроможності.

Головною умовою успішного розвитку Інтернет-банкінгу в нашій країні є насамперед інформування потенційних клієнтів про можливості цього виду обслуговування, його переваги та можливості для самих клієнтів. Також основним завданням для банківської системи є розробка найнадійніших систем захисту інформації, впровадження

та постійна модернізація сучасного технічного та технологічного забезпечення [4].

Цілі товарної політики «Приват24»: досягнення переваг над конкурентами, збільшення частки ринку та утримання частки ринку, а також збільшення доходів.

Основні завдання товарної політики послуги «Приват24»: максимізація доходів банку; надання клієнтам швидкого доступу до банківських продуктів та послуг; гнучкість та оновлення асортименту послуги; відкриття клієнтам широких можливостей; реалізація та зміцнення конкурентних переваг банку.

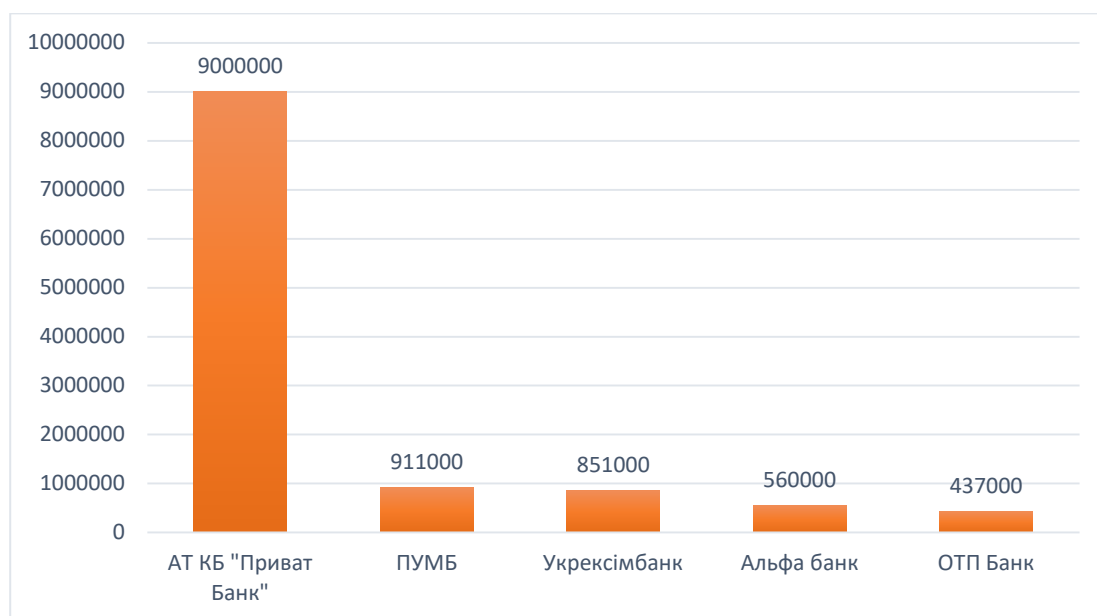


Рис. 1. Використання Інтернет-банкінгу, кількість осіб (користувачів), станом на жовтень 2019 р.

АТ КБ «ПриватБанк» запустив послугу «Приват24» з метою індивідуального підходу до кожного клієнта. Політика позиціонування «Приват24» спрямована на формування, утримання та збільшення клієнтської бази. Тобто «ПриватБанк» цікавиться, що потрібно споживачу для задоволення його потреб.

Найявний мобільний додаток для смартфонів, що дозволяє користуватися «Приват24» не маючи під рукою персонального комп'ютера.

Мобільний банк «Приват24» – абсолютний лідер серед банківських платіжних додатків на території України та пострадянського простору – за даними на кінець 2019 року, його встановили понад 4,1 млн користувачів смартфонів.

Можемо зробити висновок, що система «Приват24» займає лідируючу позиції серед Інтернет-банкінгу. Має найбільшу кількість користувачів серед українців, що й забезпечує залучення та втримання клієнтської бази. «Приватбанк» гарантує майже 100% надійність системи. Для безпеки використовують одноразові паролі, які приходять до користувача через смс на телефон.

Аналіз цінової політики «Приват24». Визначальне місце в системі комплексу маркетингу займає цінова політика – комплекс заходів щодо формування та управління цінами на банківські продукти та послуги, вибору цінової стратегії з урахуванням поточного стану та перспектив розвитку ринку банківських послуг. Об'єктами цінової політики є процентні ставки, тарифи, комісійна винагорода банку, курси валют, знижки, премії та надбавки та мінімальний розмір вкладу.

Цілі цінової політики «ПриватБанку»: максимізація прибутку, розширення частки ринку та лідерство у якості.

Мета маркетингової цінової політики «Приват24» полягає в тому, щоб установлювати такі відсотки і тарифи й так ними варіювати, щоб утримати лідируючі позиції на ринку, володіючи максимальною його часткою, і забезпечити найбільший обсяг прибутку.

У послугі «Приват24» цінова політика виражається у комісійній винагороді банку за надавані послуги, причому за кожену послугу є свій відсоток.

Отже, цінова політика «Приват24» полягає у комісійній винагороді від операції. На нашу думку, «ПриватБанк» при ціноутворенні використовує метод «сприйманої цінності». «Приват24» орієнтується на те, яку операцію виконує клієнт, і встановлює певні комісійні.

Аналіз збутової політики «Приват24». Процес формування первинного попиту на послугу та його подальшого збільшення багато в чому залежить від методу збуту продукції та вибору каналів збуту. Збутова політика спрямована на доведення послуги до потенційного покупця.

Цілі збутової політики «Приват24»: надання клієнту банківських послуг в будь-який час, в необхідному обсязі; задоволення споживчого попиту; завоювання частки ринку.

Доведення послуги до споживача – одне з найважливіших завдань, які вирішує служба маркетингу в «ПриватБанку».

Канал збуту послуги «Приват24» є прямим, нетрадиційним, через мережу Інтернет, а саме через сайт <https://www.privat24.ua>, та за

допомогою мобільних додатків для операційних систем Android, iOS та Windows Phone.

Якщо клієнт уже зареєстрований на сайті, то для того, щоб зайти у свій приватний кабінет, потрібно ввести логін та пароль. Після цього на мобільний телефон приходить одноразовий восьмизначний пароль – це необхідно для безпеки даних клієнта.

Додатки для смартфонів є безкоштовними, за їх допомогою можна виконувати будь-які фінансові операції в зручний час та швидкий спосіб незалежно від місця перебування. Для входу в систему потрібне підключення до мережі Інтернет.

Система «Приват24» використовує метод самообслуговування для надання послуг, тобто клієнт самостійно, за допомогою комп'ютера або смартфона які підключені до мережі Інтернет, можуть виконувати операції самостійно.

Отже, АТ КБ «ПриватБанк» реалізує свої послуги «Приват24» на території України за допомогою веб-сайту та мобільних додатків.

Головною проблемою, яка стоїть перед працівниками «ПриватБанку» є залучення людей старшого покоління до системи «Приват24». Дана група споживачів спираються на недовіру та невміння користуватися не тільки системою, але й комп'ютером взагалі.

Аналіз комунікаційної політики «Приват24». У процесі здійснення маркетингової діяльності АТ КБ «ПриватБанк» застосовує різні інструменти комплексу маркетингових комунікацій.

Мета комунікаційної політики «Приват24» – збереження та збільшення частки ринку, підвищення поінформованості про систему Інтернет-банкінгу.

Загальна програма комунікаційної політики, яка є комплексом просування, – це поєднання засобів реклами, особистого продажу, пропаганди, стимулювання продажу та інструментів прямого маркетингу. Зазначені засоби сприяють досягненню маркетингових цілей банку [2].

Головною метою даних інструментів, щодо споживача, стимулювання реєстрації в «Приват24» та

користуванням послугами з певною комерційною вигодою для банку.

Реклама – будь-яка платна форма неособистого представлення і просування ідей, товарів чи послуг від імені відомого виробника [6].

Інтернет-маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка зачіпає основні елементи маркетингу: ціна, продукт, місце продажу і просування. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту (табл. 2).

Аналізуючи табл. 2 слід зазначити, що інтернет маркетинг повинен мати гідну якість конкурує не тільки з іншими сайтами, а й традиційними магазинами. Ціна – прийнято вважати, що ціна в Інтернеті нижче, ніж в звичайному магазині за рахунок економії на витратах. Контролюйте ціни і порівнюйте їх з конкурентами регулярно. Просування – комплекс заходів по просуванню як сайту, так і товару в цілому в мережі. Місце продажу – точка продажів, тобто сайт. Величезну роль грає як графічний дизайн, так і юзабіліті сайту, і якість обробки заявок з сайту. Так само варто звернути увагу на швидкість завантаження, роботу з платіжними системами, умови доставки, роботу з клієнтами до, під час і після продажу. контекстна реклама, медійна реклама, пошуковий маркетинг в цілому (SEO, ефективність сайту тощо), просування в соціальних мережах: SMO і SMM, прямий маркетинг з використанням email, RSS тощо. Вірусний маркетинг, партизанський маркетинг, інтернет-брендинг, інтерактивність, можливість досить точного таргетингу, можливість постклік-аналізу.

Таргет-орієнтування – рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка задовольняє заданим критеріям, і показати рекламу саме їй (табл. 3).

Пошукова оптимізація – комплекс заходів для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів з метою просування сайту. Звичайно чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більше

Таблиця 2

Опис маркетингового заходу «Інтернет-маркетинг»

Назва	Опис маркетингового заходу
ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ	<ul style="list-style-type: none"> – контекстна реклама – медійна реклама – пошуковий маркетинг в цілому (SEO, ефективність сайту) – просування в соціальних мережах: SMO і SMM – прямий маркетинг з використанням email, RSS. – вірусний маркетинг – партизанський маркетинг – інтернет-брендинг – інтерактивність – можливість досить точного таргетингу – можливість постклік-аналізу – конверсія. – ROI (Return On Investment), ROI, CTR, CPC, CPM, CPA

Таблиця 3

Опис маркетингового заходу «Таргет»

Назва	Опис маркетингового заходу
ТАРГЕТ	<ul style="list-style-type: none"> – тематичний таргетинг. – орієнтування по інтересам (контекстна реклама). – географічний таргетинг (геотаргетинг). – локальний таргетинг. – орієнтування за часом показу (ранок або вечір, будні або вихідні). – соціально-демографічний таргетинг – за віком, статтю, доходу, посад. – обмеження кількості показів одному користувачеві. – поведінковий таргетинг.

Таблиця 4

Опис маркетингового заходу «Пошуковий маркетинг»

Назва	Опис маркетингового заходу
ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ	<ul style="list-style-type: none"> – сканування веб сторінок. – індексація документів. – процедура розгляду заяв. – ранжування результатів. – релевантність

зацікавлених відвідувачів переходить на нього з пошукових систем [7].

У пошукових систем є короткий набір операцій, які дозволяють їм надавати користувачеві релевантні результати згідно його запиту (табл. 4).

Регіональний пресекретар готує і розсилає в ЗМІ актуальну і цікаву інформацію про роботу ПриватБанку в регіоні, відповідає на питання ЗМІ, дає коментарі на підставі даних, отриманих від директора і керівників бізнесів РП.

Інформаційні релізи про діяльність банку дозволяють надавати клієнтам банку більше позитивних новин про роботу банку, повідомляти про нововведення, досягнення, нові технології, формувати позитивний імідж ПриватБанку в регіональних ЗМІ і серед клієнтів.

Тісна співпраця бізнесів РП з прес-службою в регіоні – не тільки запорука ефективної роботи регіонального пресофісу, але і формування позитивного іміджу банку в регіоні, збільшення лояльних клієнтів, зниження кількості детракторів, нівелювання негативу.

Регіональні пресофіси територіально закріплені за відповідним РП. Пресофіцери готують для розміщення в ЗМІ прес-релізи про новини, події і досягнення в роботі регіонального представництва банку, дають коментарі на запити ЗМІ. Актуальну і оперативну інформацію для релізів, сюжетів і статей пресофіцер отримує як в ГО, так і у директорів РП і керівників бізнесів. Способи отримання інформації можуть бути як регулярними, закріпленими контролями від директора РП, так і ситуативними, у міру появи інформації.

Усі значимі події, що стосуються діяльності напрямки: відкриття / редизайн / передислокація відділень / установка терміналів самообслуговування тощо; переможці акцій, вручення призів,

ювілейний клієнт / продукт / транзакція; активності ЮніорБанку; нові партнери програм лояльності, ЗП-проектів, кредитні лінії; благодійність, партнерські програми, програми для пенсіонерів; нові продукти, послуги тощо.

Пресреліз – інформаційне повідомлення для преси, що містить в собі новину про організацію, її діяльність, продукти, новинки, події тощо.

Метою написання пресрелізу є ознайомлення ЗМІ з новинами банку і подальше висвітлення в ЗМІ у вигідному і важливому для компанії аспекті.

Позитивні статті та сюжети про роботу банку в регіоні – важливий інструмент інформування клієнтів і формування лояльності до продуктів і послуг банку. Наявність новини або події – відкрилося відділення, переможець акції, підключений новий партнер, в регіоні встановлений ювілейний 700-й термінал тощо.

КБ «ПриватБанк» розміщує рекламу послуги «Приват24» на бігбордах, буклетах, проспектах, професійних каталогах, в Інтернеті, ЗМІ тощо. Розміщується реклама у ведучих ділових виданнях України, якими є: «БІЗНЕС», «Урядовий Кур'єр», «голос України», «Компаньйон», «ділова Україна» й ін. В середньому реклама в журналах складає 30 000 грн на пів року. Витрати складатимуть 150 000 грн.

До основних носіїв Internet-реклами, використовуваних «ПриватБанк» у своїй комунікаційній діяльності відносяться банери і WEB-сторінки. Реклама в соціальних мережах, сайтах та рекламних майданчиках. Розміщення реклами коштує 1500 грн, оренда 3600 грн (пів року). Витрати становлять 10200 грн.

Слід зазначити, що «ПриватБанк» у своїй діяльності застосовує прийоми особистого продажу. Персональний продаж є інструментом

комунікаційної політики банку, який забезпечує збільшення обсягів продажу безпосередньо під час особистого контакту з клієнтами [2]. Менеджери банку розповідають клієнтам про можливості Інтернет-банкінгу та пропонують зареєструватися на сайті, а також розповідають як ним користуватися.

АТ КБ «ПриватБанк» у своїй комунікаційній діяльності також активно використовує елементи прямого маркетингу, який супроводжується сучасними тенденціями. Застосування нових технологій дозволяє багатьом банкам перейти від використання засобів масової інформації до більш цільового засобу просування банківських продуктів – прямого маркетингу. Передбачає використання пошти, e-mail, телефону, Інтернету та інших каналів зв'язку, які дозволяють звертатися до певної категорії клієнтів чи отримувати їх негайну реакцію. На e-mail, телефону приходять повідомлення щодо новин про «Приват24».

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, підводячи підсумки аналізу комуникативної політики АТ КБ «Приват Банк» слід зазначити, що банк використовує у своїй діяльності дієві методи маркетингу, за рахунок чого утримує існуючих клієнтів, а також залучає нових за допомогою реклами, пропаганди, стимулюванню збуту, прямого маркетингу, а також особистих продаж. Усі ці складові допомагають банку просувати свої продукти та послуги і мати високі позиції в банківській сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации, интегрированный поход / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 864 с.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 816 с.
3. Aaker D.A. Mc. Loughlin D. Strategic Market Management: Global Perspectives. New York: John Wiley and Sons, Ltd, 2010. 368 p.
4. Олексенко Р.І., Краскова І.О., Поліщук М.М. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. 2011. № 11. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21 (дата звернення: 18.01.2020).

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.01.2020).

6. Колодій Г.С. Структура маркетингової програми інноваційної продукції машинобудівного підприємства. Економічний вісник національного гірничого університету. 2012. № 3. С. 164–166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2012_3_26 (дата звернення: 18.01.2020).

7. Калініченко Л.Л. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 7. Ч. 3. С. 39–41.

REFERENCES:

1. Burnett J., Moriarty S. (2001) Marketingovyе kommunikacii, integrirovannyj pohod [Marketing communications, an integrated campaign]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
2. Kotler Ph., Keller K.L. (2012) Marketing menedzhment. 12-e izd. [Marketing Management. 12th edition]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
3. Aaker D.A. Mc. Loughlin D. Strategic Market Management: Global Perspectives. New York: John Wiley and Sons, Ltd, 2010.
4. Oleksenko R.I., Kraskov I.O., Polishchuk M.M. (2011) Funkcii ta rol marketingu v suchasniх umovah gospodaryuvannya [Functions and role of marketing in modern economic conditions] Efektivna ekonomika [An efficient economy] (electronic journal), no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21 (accessed 18 January 2020).
5. Ofitsiyni сайт Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 18 January 2020).
6. Kolodii G.C. (2012) Struktura marketyngovoi programy innovatsijnoi produktii mashynobudivnogo pidpryemstva [Structure of marketing program of innovative products of machine-building enterprise]. Economic Bulletin of the National Mining University. no. 3. pp. 164–166. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2012_3_26 (accessed 18 January 2020).
7. Kalinichenko L. L. (2014) Strategichnii marketing yak faktor pidvischennya konkurentospromojnosti pidpryemstva [Strategic marketing as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise]. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences. vol. 7, no. 3, pp. 39-41.

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

INTRODUCTION OF A MODERN MODEL OF ENERGY SAVING TECHNOLOGY MANAGEMENT AT ENTERPRISES

У статті досліджено глобальні тренди в сфері енергетики в умовах інформаційного суспільства. Відокремлено 4 етапи становлення концепції енергозбереження як глобального тренду в історичному концепті. Визначено архітектуру формування моделей розвитку енергетики 4-го інвестиційного циклу як взаємозв'язку двох моделей розвитку енергоефективних технологій: «Енергоефективність+» та «Нова парадигма – ринок потужності». З'ясовано напрямки реалізації цих моделей як забезпечення сталого соціально-економічного розвитку на всіх ієрархічних рівнях економіки: споживача (нанорівень), підприємства (мікрорівень), країни (макрорівень), світу (мега-рівня). Доведено, що складовими активізації драйверу моделі розвитку «Енергоефективність+» є: домінування централізованої енергетики; розвиток тригенерації; розвиток розосередженої генерації; економічно виправдані інновації; розвиток моделей інтелектуальної енергетики в окремих кластерах (Smart Grid 1.0). Запропоновано визначення критерію енергоефективності на основі методики Best-in-Class та атрибутивного підходу з метою реалізації потенціалу. Побудовано на основі декомпозиційного аналізу логічно-структурну модель впливу факторів, що спричиняють зміни у обсягах кінцевого енергоспоживання у трьох секторах національної економіки (промисловість, побутовий, транспорт) та визначається ієрархічними рівнями взаємозв'язку трьох факторів: активність, структура, ефективність.

Ключові слова: енергозбереження, енергетична ефективність, Smart Grid, енергетичний сектор, атрибутивний підхід

онного общества. Выделено 4 этапа становления концепции энергосбережения как глобального тренда в историческом концепте. Определено архитектуру формирования моделей развития энергетики 4-го инвестиционного цикла как взаимосвязи двух моделей развития энергетических эффективных технологий «Энергетическая эффективность +» и «Новая парадигма – рынок мощности». Выяснено направление реализации этих моделей в качестве обеспечения устойчивого социально-экономического развития на всех иерархических уровнях экономики: потребителя (нануровень), предприятия (микроуровень), страны (макроуровень), мира (мегауровня). Доказано, что составляющими активизации драйвера модели развития «Энергетическая эффективность +» являются: доминирование централизованной энергетики; развитие тригенерации; развитие рассредоточенной генерации; экономически оправданы инновации; развитие моделей интеллектуальной энергетики в отдельных кластерах (Smart Grid 1.0). Предложено определение критерия энергетической эффективности на основе методики Best-in-Class и атрибутивного подхода с целью реализации потенциала. Сформировано на основе декомпозиционного анализа логико-структурную модель влияния факторов, вызывающих изменения в объемах конечного энергопотребления в трех секторах национальной экономики (промышленность, бытовой, транспорт) и определяется иерархическими уровнями взаимосвязи трех факторов: активность, структура, эффективность.

Ключевые слова: энергосбережение, энергетическая эффективность, Smart Grid, энергетический сектор, атрибутивный подход

УДК 338.2:339.97

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-71>

Гільорме Т.В.

к.е.н., доцент,
провідний науковий співробітник
науково-дослідного інституту енергетики
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Hilorme Tetiana

Oles Honchar Dnipro National University

В статье исследованы глобальные тренды в сфере энергетики в условиях информаци-

The global trends in the field of energy in the information society have been examined in the article. It has been found that a technological breakthrough in the field of energy management is based on the use of the Smart Grid concept and smart energy grids, marketing logistics associated with a reasonable and rational redistribution of energy flows in household and industrial energy systems. The main goal of this paper is to study the introduction of a modern model of energy saving technology management in enterprises in the information society. The defined methods for assessing energy saving and energy efficiency have been determined, scientific paradoxes, postulates, and plots have made it possible to build a semantic system for transforming scientific approaches to determining the content of energy saving and energy efficiency. Based on decomposition analysis, a logical-structural model of the influence of factors that cause changes in the volume of final energy consumption in three sectors of the national economy (industry, household, transport) has been built and is determined by hierarchical levels of the relationship of three factors: activity, structure, efficiency. It has been determined that the aggregate indicator of energy efficiency consists of individual indicators: energy intensity, electrical intensity, and burning capacity of GDP. Improved energy resource management systems based on Smart Grid technologies, which differs in the application of the proposed attributive model of expected effects in accordance with the requirements of alpha stakeholder groups, especially industrial enterprises, according to certain parameters at the Industry stage. 4 in the conditions of existing restrictions of the communication environment on the obligation to control and evaluate the effectiveness of management decisions on the introduction of energy saving technologies. 4 stages of the formation of the concept of energy conservation as a global trend in the historical concept have been distinguished. The architectonics of the formation of energy development models of the 4th investment cycle as the relationship of two models for the development of energy-efficient technologies "Energy Efficiency +" and "New paradigm – power market" are determined.

Key words: energy saving, energy efficiency, Smart Grid, energy sector, attributive approach.

Постановка проблеми. Впровадження в системах енергозабезпечення нових інженерних і конструктивних рішень, у яких передбачено комплексне використання енергії відновлювальних джерел, дозволить розв'язати важливу господарську та науково-технічну проблему скорочення

споживання традиційних паливно-енергетичних ресурсів для України [16].

Це відповідає Енергетичній стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» [15] та іншим законодавчим документам. Нова редакція

Директиви Європейського Союзу про енергетичну ефективність будівель [3] вказує на заходи, впровадження яких дозволить наблизити сферу послуг енергозабезпечення до вимог європейських країн. Найважливішим напрямом цих заходів є будівництво споруд із мінімальним споживанням енергії, що дозволить досягти високого рівня енергоефективності.

Входження України в європейську зону зобов'язує до прийняття загальноєвропейських правил щодо підвищення енергоефективності будівель і шляхів їх реалізації [13].

З метою формування європейської ментальності у вітчизняних споживачів, посередників, постачальників, інших учасників ринкових процесів необхідно здійснювати відповідне комунікаційне забезпечення формування та просування на ринки інноваційних енергозберігаючих технологій в Україні.

Однак, потребує поглибленого аналізу та методичного уточнення комплекс питань, пов'язаних з визначенням вітчизняної специфіки запровадження сучасної моделі енергозберігаючих технологій серед економічних агентів. Енергетичним компаніям дедалі складніше стає визначати, який набір комунікаційних інструментів для створення тривалих відносин на ринку та досягнення оптимального впливу на споживача є ефективним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно зазначити, що останнім часом серед науковців та практиків усе більше зростає інтерес до існуючих проблем розвитку сфери енергетики, про що свідчить поява чисельних публікацій. У сучасних умовах проблема раціонального використання енергоресурсів набуває все більшого значення на всіх ієрархічних рівнях: споживача (нанорівень); підприємства (мікрорівень); країни (макрорівень); світу (мегарівня).

Необхідність впровадження концепції енергозбереження як чинника суспільного розвитку розглядається в літературі з різних ракурсів: економія природних ресурсів [9], забруднення навколишнього середовища [2], конкурентоспроможність окремих компаній [6], галузей та держав [7], добробут суспільства [8], енергетична безпека [11].

Віддаючи належне науковому доробку та практичній значущості отриманих результатів, необхідно зазначити, що залишаються недостатньо дослідженими такі питання: глобальні тренди четвертого інвестиційного циклу у сфері енергетики; формування моделей розвитку енергетики; умови побудови енергоефективного суспільства як умови сталого розвитку національної економіки тощо.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження запровадження сучасної моделі управління енергозберігаючими технологіями на підприємствах в умовах інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо розглядати етапи становлення концепції

енергозбереження як глобального тренду в історичному концепті, то можна відокремити чотири етапи.

Етап 1. Винахід облікових приладів для контролю обсягів споживання ресурсів, зокрема енергетичних. У розвинутих країнах це приходиться на другу половину XIX століття. Впровадження науково-технічних досягнень у діяльність промислових підприємств (зокрема, технологій на основі пару), як новітнього витка промислової революції, призвело до необхідності зменшення витрат на виробництво продукції з метою максимізації прибутку.

Етап 2. Перша половина XX століття. Створення промислових гігантів, активна розбудова транспортних та телекомунікаційних мереж призвело до значного збільшення енергоемності продукції. Епоху енергетики та промисловості цього історичного періоду можна поділити на 2 підетапи: фордизм та постфордизм. Генрі Форду в основному ставлять в заслугу розробку сучасної системи масового виробництва, переважно завдяки створенню конвеєра. Масове виробництво значно підвищило енерговитрати промислових підприємств.

Етап 3. Друга половина XX століття. Перша глобальна криза у енергетиці у 70-х роках XX століття призвело до виникнення «нафтової війни», яка локально постійно відбувається на протязі більше 30 років. США почали створювати союз держав-імпортерів нафти на зразок «Анти-ОПЕК». У грудні 1974 року у Вашингтоні відбулася конференція, на якій було створено «Міжнародне енергетичне агентство» (МЕА). Формально МЕА було сформовано з метою визначення учасниками спільних дій у випадку виникнення нової енергетичної кризи, а також для координації планів з метою кращого довготермінового забезпечення джерелами енергії [10]. До нього увійшли дев'ять країн ЄС (крім Франції), США, Японія, Канада, Швеція, Австрія і Туреччина.

Економіка потребувала нових дешевих видів енергії – виникнення атомної енергетики дозволило значно скоротити енергетичні витрати, але підняло питання енергетичної безпеки на новий рівень. Особливо гостро постає це питання після трагедії на Чорнобильській АЕС у квітні 1986 року. Це було друге потрясіння у сфері використання атому, коли виникає проблема виживання людства в загалі.

На виникнення останнього, 4 етапу, вплинуло додатково багато інших чинників, але, насамперед, це чинники глобальних трансформацій економіки: виникнення Інтернету, досягнень Індустрії 4.0, збільшення трудової міграції, розширення діяльності транснаціональних компаній тощо. Зупинимось на даному етапі більш детальноше.

У глобальній енергетиці сьогодні запускається новий 4-й інвестиційний цикл, в якому, за даними

Міжнародного енергетичного агентства (МЕА), діятимуть такі глобальні тренди (рис. 1).

Сьогодні у провідних країнах формується нова енергетична цивілізація, основні риси якої: енергоефективність; інтелектуальні енергетичні системи, побудовані згідно концепції Smart Grid; децентралізація енергетики; нові джерела енергії тощо.

Розвиток енергетики 4-го інвестиційного циклу реалізується в рамках таких моделей (рис. 2).

Складові активізації драйверу моделі розвитку «Енергоефективність+» (до 2020 р.) на середньостроковому горизонті: домінування централізованої енергетики; розвиток тригенерації; розвиток розосередженої генерації; економічно виправдані інновації; розвиток моделей інтелектуальної енергетики в окремих кластерах (Smart Grid 1.0).

Не викликає сумніву, що сталий соціально-економічний розвиток будь-якої країни в значному ступені залежить від зростання енергоефективності національної економіки.

На основі здійсненого контент-аналіз щодо визначення існуючих підходів до визначення термінів «енергозбереження» та «енергоефективність», пропонуємо таке визначення терміну «енергозбереження – це сукупність дій, що

спрямовані на отримання прогресивних результатів щодо раціонального та ефективного використання енергоресурсів з метою економії енергії, зменшення витрат енергії та втрат, що пов'язані зі зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище, досягнення корисного соціально-економічного ефекту».

«Прогресивні результати» означає зосередження уваги на зразках (країнах, компаніях) з найвищою енергоефективністю. Це можливо завдяки порівняння цих показників з оцінками кращих і передових технологій (Best-in-Class) в досліджуваній області на основі визначення відстані між досліджуваним результатом і межею ефективності.

Так, можна визначити такі категорії енергоефективності на основі методики Best-in-Class з метою реалізації потенціалу (рис. 3).

АВ як сукупність критеріїв енергоефективності є генеральна множина світовий критеріїв (А) та національних критеріїв (В): $AB = A \Delta B$. При цьому необхідно відмітити, що з метою конкурентоздатності національних підприємств на світових ринках на основі чинника енергозбереження, національні критерії повинні наблизитися

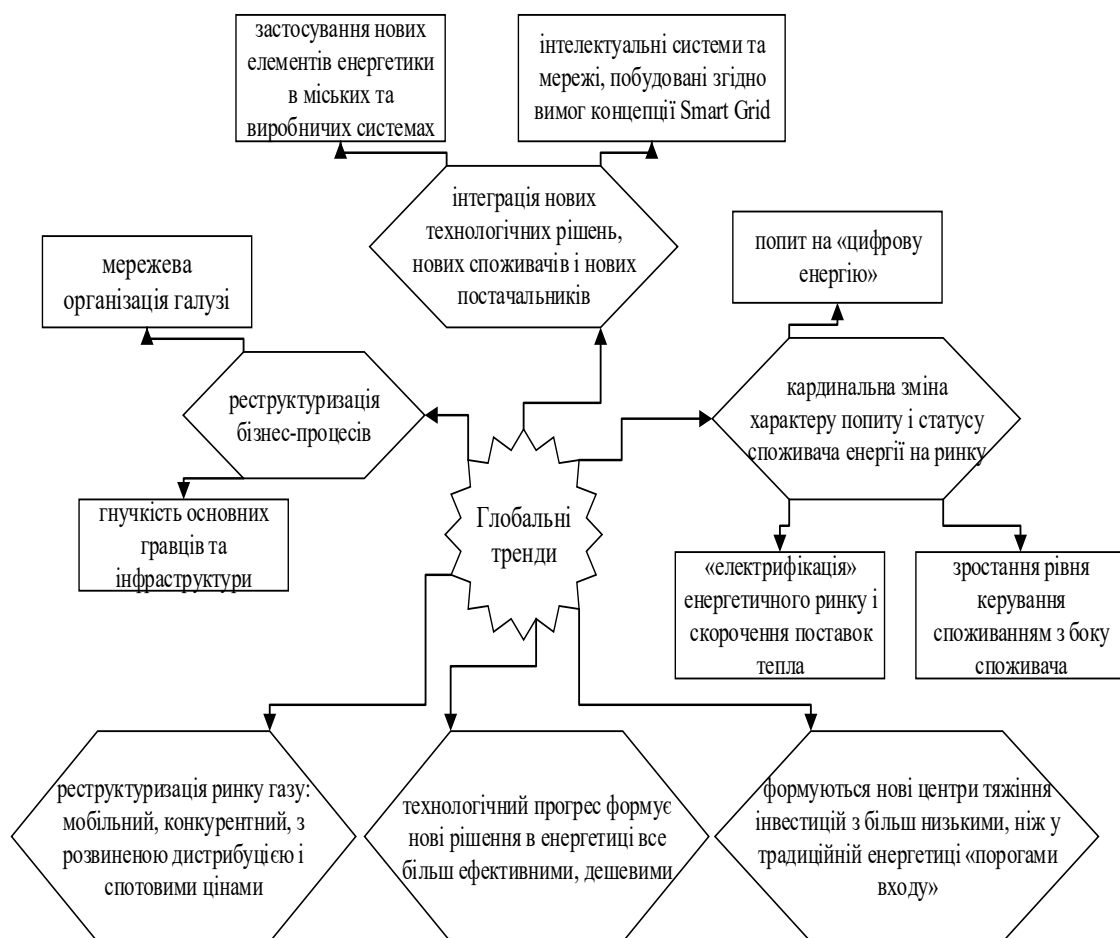


Рис. 1. Глобальні тренди 4-ого інвестиційного циклу у сфері енергетики

Джерело: побудовано автором на основі [12]

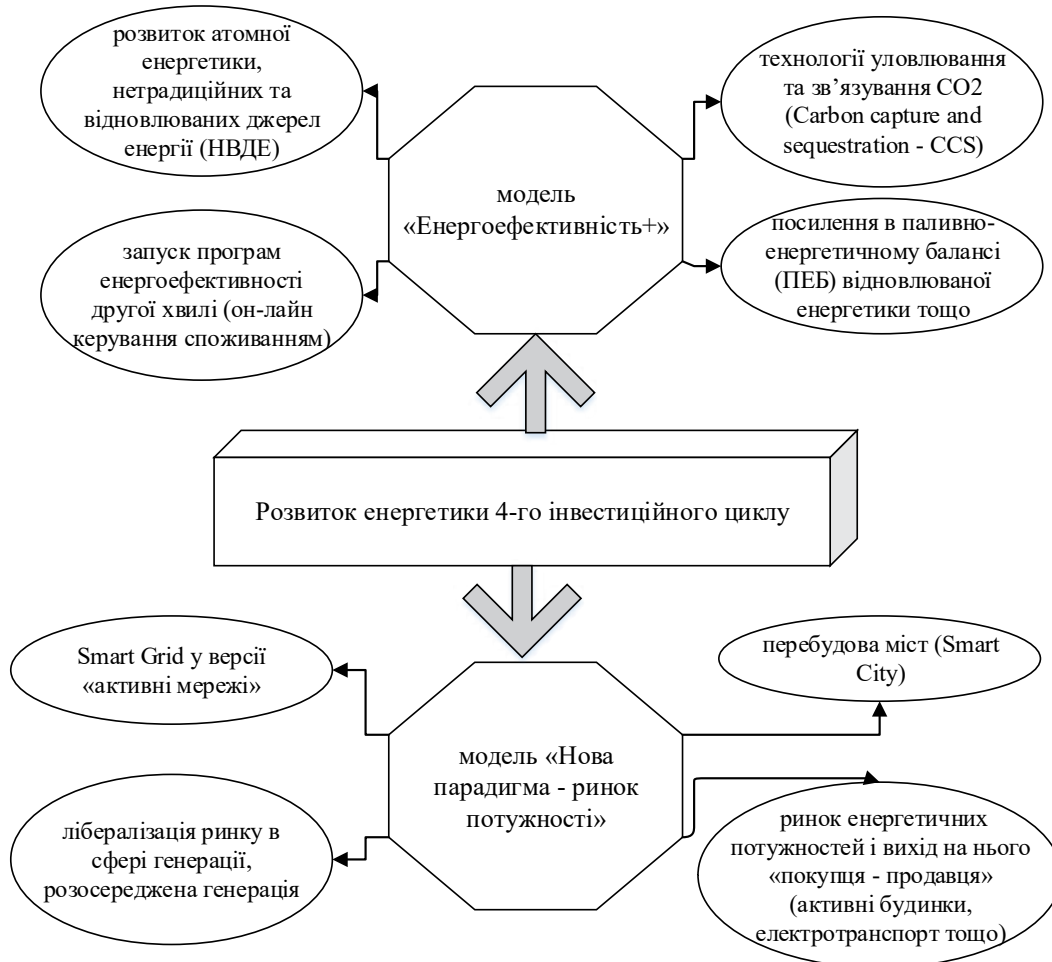


Рис. 2. Архітектура формування моделей розвитку енергетики 4-го інвестиційного циклу

Джерело: побудовано автором на основі [1]

до світових: коваріативний функтор відображає функцію $f : B \rightarrow A$.

Кожний блок підмножини A та $B \in$ булеаном локальних показників: відповідно – $2^A = \{A1, A2\}$; $2^B = \{B1, B2\}$. Підмножин другого типу щодо припущенню індукції 2^A або 2^B , підмножин першого типу визначає підмножину такого типу, що отримується з деякої єдиної підмножини другого типу додаванням елемента a_0 , отже: $2^A = A1 \cup A2$ та $A1 \cap A2 = \emptyset$.

Кожен з мінімумів є мінімальними критеріями енергоефективності. Так, якщо визначити критерії технологічного обладнання як технологічного базису забезпечення енергоефективності діяльності підприємства, то можна таким чином охарактеризувати ці мінімуми. $A1$ «Теоретичний мінімум» – це питоме енергоспоживання, що необхідне для виконання певної роботи або перетворення матеріалів відповідно до законів електро- та термодинаміки; $A2$ «Практичний мінімум» – найкращі у світовій практиці показники питомого енергоспоживання при використанні на комерційній основі технологій, які мають визначену ефективність.

Для дослідження впливу факторів, що впливають на енергоемність ВВП, можна використати декомпозиційний аналіз (табл. 1). Цей метод рекомендує засувувати Міжнародне енергетичне агентство (МЕА) у практичній діяльності підприємств [4].

Розглянутий декомпозиційний аналіз використовується для більш глибокого аналізу енергоефективності та потребує додаткових вихідних даних. З метою подолання цього недоліку розглянутої методики, необхідно визначити агреговану енергетичну ефективність, що складається з індивідуальних показників: енергоемності, електроємності та паливоємності ВВП.

Показник енергоемності ВВП відображає тенденції розвитку економіки на макrorівні з позиції споживання енергії з визначенням відповідного типу господарської діяльності: інтенсивного (енергозберігаючий) або екстенсивний (енерговитратний).

Енергоефективні суспільства можуть успішно вирішувати проблему ефективного забезпечення енергоресурсів з метою соціально-економічного

розвитку країни. При цьому використовуються відповідні заходи у державній регулятивній політиці з метою збільшення впливу енергетичних чинників-стимуляторів на вектор суспільного розвитку на основі оптимізації енерговитрат [5, 14].

У 21 столітті розв'язати проблему підвищення ефективного використання енергоресурсів можливо тільки шляхом впровадження новітніх енергоефективних технологій та обладнання, що відповідають відповідній ступені науково-технічного прогресу. Нажаль, в Україні тільки деякі сектора економіки поступово входять у еру Індустрії 4.0. В той же час розвинуті країни почали обговорювати особливості входження національних економік вже до Індустрії 5.0. Сьогодні зусилля бізнесу повинні бути спрямовані на інноваційний розвиток, особливо у сфері подолання технічної та технологічної відсталості.

Висновки з проведеного дослідження. З усіх технічно можливих заходів з забезпечення

енергоефективності тільки деякі є економічно доцільними та економічно привабливими протягом певного періоду часу. Щоб визначити найкращий спосіб для досягнення економії в результаті інвестицій у проекти з енергоефективності, важливо відокремити економічно обґрунтовані та фінансово привабливі проекти. Різниця між економічно обґрунтованими інвестиціями та економічно привабливими інвестиціями можна пояснити різними ставками дисконтування між державними та приватними інвестиціями, непрямим впливом економії енергії та впливом зовнішніх факторів.

При здійсненні аналізу трансформації наукових підходів до визначення змісту енергозбереження та енергоефективності на підприємствах на 4 етапах розвитку концепції енергозбереження, відокремлено певні особливості розвитку підприємств. Необхідно більш детально розглянути питання розвитку енергетичної платформи

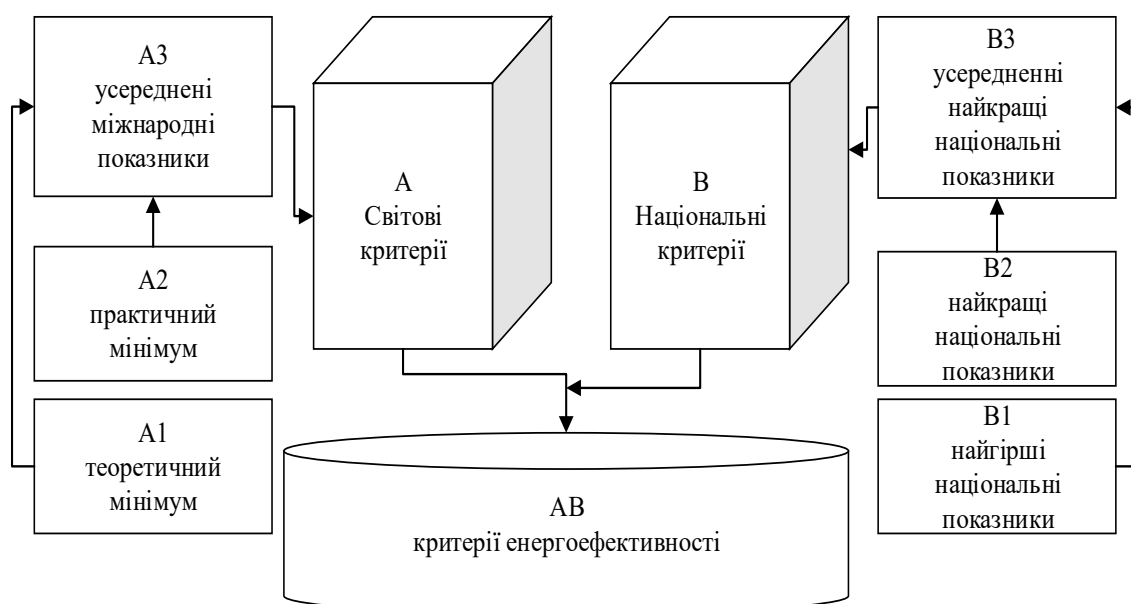


Рис. 3. Визначення критерій енергоефективності на основі методики Best-in-Class з метою реалізації потенціалу

Джерело: авторська розробка

Таблиця 1

Логічно-структурна модель впливу факторів, що спричиняють зміни у обсягах кінцевого енергоспоживання

Рівень	Фактори	Сектор економіки		
		Промисловість	Побутовий	Транспорт
1	«Активність»	додана вартість загального обсягу випуску товарів (value-added output)	чисельність населення	пасажиропотік чи обсяг вантажоперевезень
2	«Структура»	частка випуску різних видів продукції	кількість квадратних метрів на одну особу	пасажиропотік чи обсяг вантажоперевезень для транспорту
3	«Ефективність»	кількість енергії, використаної на одиницю активності у кожному із секторів кінцевого енергоспоживання		

Джерело: побудовано автором на основі [4]

як базису управління підприємствами на основі концепції енергозбереження. При цьому врахувати тенденції сучасного етапу розвитку енергоефективного суспільств, особливо врахування концепції Smart Grid.

Перспективами подальших досліджень є: аналіз і перспективи розвитку енергетичної платформи підприємств на засадах концепції Smart Grid в Україні, формування концептуальних основ впровадження енергозберігаючими технологіями як забезпечення розвитку підприємницької діяльності тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Azzuni, A., & Breyer, C. (2018). Definitions and dimensions of energy security: a literature review. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Energy and Environment*, 7(1), e268. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/wene.268>
2. Di Somma, M., Yan, B., Bianco, N., Graditi, G., Luh, P. B., Mongibello, L., & Naso, V. (2015). Operation optimization of a distributed energy system considering energy costs and exergy efficiency. *Energy Conversion and Management*, 103, 739-751. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0196890415006603>
3. Directive 2002/91/EC Of The European Parliament And Of The Council of 16 December 2002 on the energy performance of buildings. URL: <https://web.archive.org/web/20091223132748/http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:001:0065:0071:EN:PDF>
4. Energy efficiency indicators. Highlights. Statistical report. International Energy Agency, 2016. 154 p.
5. 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
6. Griffiths, T. L., Lieder, F., & Goodman, N. D. (2015). Rational use of cognitive resources: Levels of analysis between the computational and the algorithmic. *Topics in cognitive science*, 7(2), 217-229. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tops.12142>
7. Lieder, F., Griffiths, T. L., Huys, Q. J., & Goodman, N. D. (2018). The anchoring bias reflects rational use of cognitive resources. *Psychonomic bulletin & review*, 25(1), 322-349. URL: <https://link.springer.com/article/10.3758/s13423-017-1286-8>
8. MacElroy, J. D. (2016). Closing the carbon cycle through rational use of carbon-based fuels. *Ambio*, 45(1), 5-14. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s13280-015-0728-7.pdf>
9. Mady, C. E. K., Reis Pinto, C., & Torelli Reis Martins Pereira, M. (2020). Application of the Second Law of Thermodynamics in Brazilian Residential Appliances towards a Rational Use of Energy. *Entropy*, 22(6), 616. URL: <https://www.mdpi.com/1099-4300/22/6/616>
10. Tétréault, M. A. (1981). Organization of Arab Petroleum Exporting Countries: history, policies, and prospects. URL: <https://www.osti.gov/biblio/5377791>

11. Zolotukhin, V. M., Gogolin, V. A., Yazevich, M. Y., Baumgarten, M. I., & Dyagileva, A. V. (2017). Environmental management: the ideology of natural resource rational use. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 50, No. 1, p. 012027). IOP Publishing. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/50/1/012027/meta>

12. Безопасная Европа в мире, который должен стать лучше. Европейская стратегия безопасности. URL: <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsUpload/031208ESSIIRU.pdf>

13. Енергетична ефективність України. Кращі проектні ідеї: Проект «Професіоналізація та стабілізація енергетичного менеджменту в Україні». Уклад.: С.П. Денисюк, О.В. Коцар, Ю.В. Чернецька. К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2016. 79 с.

14. Маркетингове просування енергозберігаючих технологій використання альтернативних джерел енергії в Україні: монографія / С.О. Смирнов, С. Я. Касян, Л. В. Накашидзе, Т. В. Гільорме; за науковою редакцією д.ф.-м.н., проф. Смирнова С.О. Дніпропетровськ : ПП «Ліра ЛТД», 2015. 328 с.

15. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». Кабінет Міністрів України. 18 серпня 2017 р. № 605-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-p#n2>

16. Формування схемних рішень системи акліматизації споруд в робочому середовищі альтернативних джерел енергії: монографія / Габрінець В.О., Накашидзе Л.В., Сокол Г.І., Марченко О.Л., Гільорме Т.В. Дніпро: ДНУ імені Олеса Гончара, ТОВ «АКЦЕНТ ПП», 2016. 146 с.

REFERENCES:

1. Azzuni, A., & Breyer, C. (2018). Definitions and dimensions of energy security: a literature review. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Energy and Environment*, 7(1), e268. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/wene.268>
2. Di Somma, M., Yan, B., Bianco, N., Graditi, G., Luh, P. B., Mongibello, L., & Naso, V. (2015). Operation optimization of a distributed energy system considering energy costs and exergy efficiency. *Energy Conversion and Management*, 103, 739-751. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0196890415006603>
3. Directive 2002/91/EC Of The European Parliament And Of The Council of 16 December 2002 on the energy performance of buildings. URL: <https://web.archive.org/web/20091223132748/http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:001:0065:0071:EN:PDF>
4. Energy efficiency indicators. Highlights. Statistical report. International Energy Agency, 2016. 154 p.
5. 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
6. Griffiths, T. L., Lieder, F., & Goodman, N. D. (2015). Rational use of cognitive resources: Levels of analysis between the computational and the algorithmic. *Topics in cognitive science*, 7(2), 217-229. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tops.12142>

7. Lieder, F., Griffiths, T. L., Huys, Q. J., & Goodman, N. D. (2018). The anchoring bias reflects rational use of cognitive resources. *Psychonomic bulletin & review*, 25(1), 322-349. URL: <https://link.springer.com/article/10.3758/s13423-017-1286-8>
8. MacElroy, J. D. (2016). Closing the carbon cycle through rational use of carbon-based fuels. *Ambio*, 45(1), 5-14. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s13280-015-0728-7.pdf>
9. Mady, C. E. K., Reis Pinto, C., & Torelli Reis Martins Pereira, M. (2020). Application of the Second Law of Thermodynamics in Brazilian Residential Appliances towards a Rational Use of Energy. *Entropy*, 22(6), 616. URL: <https://www.mdpi.com/1099-4300/22/6/616>
10. Tétreault, M. A. (1981). Organization of Arab Petroleum Exporting Countries: history, policies, and prospects. URL: <https://www.osti.gov/biblio/5377791>
11. Zolotukhin, V. M., Gogolin, V. A., Yazevich, M. Y., Baumgarten, M. I., & Dyagileva, A. V. (2017). Environmental management: the ideology of natural resource rational use. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 50, No. 1, p. 012027). IOP Publishing. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/50/1/012027/meta>
12. Bezopasnaya Evropa v mire, kotoryiy dolzhen stat luchshe. *Evropeyskaya strategiya bezopasnosti* [A secure Europe in a better world. European security strategy] URL: <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsUpload/031208ESSIIRU.pdf> (in Russian)
13. Denisyuk, S.P., Kotsar, O.V., Chernetska Yu.V. (2016). Energetichna efektyvnist Ukrayini. Kraschi proektni ideyi: Proekt "Profesionalizatsiya ta stabilizatsiya energetichnogo menedzhmentu v Ukrayini" [Energy efficiency of Ukraine. Best project ideas: Project "Professionalization and stabilization of energy management in Ukraine"]: K. : KPI after Igorya Sikorskogo. 79 p. (in Ukrainian)
14. Smirnov, S.O., Kasyan, S.Ya., Nakashidze, L.V., Hilorme T.V. (2015). Marketingove prosuvannya energozberlgayuchih tehnology vikoristannya alternativnih dzherel energii v Ukrayini: monografiya [Marketing promotion of energy-saving technologies for the use of alternative energy sources in Ukraine: a monograph] / for general ed. S.O. Smirnov.: Dnepropetrovsk: PE "Lira LTD". 328 p. (in Ukrainian)
15. Pro shvalennya Energetichnoyi strategiyi Ukrayini na period do 2035 roku "Bezpeka, energoefektyvnist, konkurentospromozhnist" [On approval of the Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2035 "Security, energy efficiency, competitiveness"] Cabinet of Ministers of Ukraine. August 18, 2017 № 605-r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-p#n2> (in Ukrainian)
16. Gabrinets, V.O., Nakashidze, L.V., Sokol, G.I. and others (2016). Formuvannya shemnih rishen sistemi aklimatizatsiyi sporud v robochomu seredovischi alternativnih dzherel energii: monografiya [Formation of circuit solutions of the system of acclimatization of buildings in the working environment of alternative energy sources: a monograph]. Dnipro: Oles Honchar National University, LLC "ACCENT PP". 146 p. (in Ukrainian)

УПРАВЛІННЯ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

SECURITIES MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

Успішне вирішення завдань підвищення темпів економічного зростання, що є особливо актуальним у сучасних умовах фінансової нестабільності, а також збільшення інвестицій багато в чому залежать від ефективної роботи фінансового ринку, зокрема такого його сегменту, як ринок цінних паперів. В статті розглянуто підходи до поняття «цифрові активи» та «цифрові цінні папери», обґрунтовано переваги та недоліки Blockchain, запропоновано та розраховано індекс розвитку Blockchain технологій, що ґрунтується на залежності світового ВВП та кількості користувачів Blockchain. Визначено, що цифровізація економіки суттєво трансформує суб'єктну, облікову, інструментальну та розрахунково-клірингову структури ринку цінних паперів. Визначено, що сучасний розвиток ринку цінних паперів супроводжується процесами переходу від «класичної» моделі до «цифрової». Важливим завданням сьогодення є нормативно-правове забезпечення ринку цінних паперів з врахуванням світової тенденції переходу до обігу цифрових цінних паперів.

Ключові слова: цифрові активи, цифрові цінні папери, ринок цінних паперів, Blockchain технології.

Успешное решение задач повышения темпов экономического роста, что особенно актуально в современных условиях финансовой нестабильности, а также увеличение инвестиций во многом зависят от эффективной работы рынка, в частности такого его сегмента, как рынок ценных бумаг. В статье рассмотрены подходы к понятию «цифровые активы» и «цифровые ценные бумаги», обоснованно преимущества и недостатки Blockchain, предложен и рассчитан индекс развития Blockchain технологий, основанный на зависимости мирового ВВП и количества пользователей Blockchain. Определено, что цифровизация экономики существенно трансформирует субъектную, учетную, инструментальную и расчетно-клиринговую структуры рынка ценных бумаг. Определено, что современное развитие рынка ценных бумаг сопровождается процессами перехода от «классической» модели к «цифровой». Важной задачей сегодня является нормативно-правовое обеспечение рынка ценных бумаг с учетом мировой тенденции перехода к обращению цифровых ценных бумаг.

Ключевые слова: цифровые активы, цифровые ценные бумаги, рынок ценных бумаг, Blockchain технологии.

УДК 336.771

<https://doi.org/10.32843/infrastruct39-72>

Селіверстова Л.С.

д.е.н., професор кафедри фінансів
Київський національний торговельно-економічний університет

Seliverstova Liudmyla

Kyiv National University of Trade and Economics

Successful solutions to the problems of increasing economic growth, which is especially relevant in today's financial instability, as well as increasing investment largely depend on the efficient operation of the financial market, in particular such a segment as the securities market. The development of the digital economy and information technology has led to the emergence of new concepts, including the concepts of «digital assets» and «digital securities». The article discusses the approaches to the concept of «digital assets» and «digital securities». To date, the concept of digital asset does not have a single comprehensive definition that would fully reveal the essence of the term, which greatly complicates the understanding of many processes related to digital assets, and often affects the distortion and misinterpretation of information underlying the existence of digital assets. Based on the study of the theoretical basis of the concept of "digital asset", it is determined that a digital asset is an object of civil rights, which is expressed as a record in the distribution system using software and hardware data processing, including Blockchain, DLT. The term "digital asset" includes: cryptocurrencies, digital securities and digital signs Digital signs can include tokens – a unit of account that is not a cryptocurrency and is designed to provide a digital balance in an asset and acting as a substitute for «digital security». It is substantiated that digital securities are digital assets that are presented in the undocumented form of securities, the issue and circulation of which takes place in accordance with the requirements of the legislation governing the legislation on the securities market. Actions or sequence of actions for the handling of digital assets are digital transactions that occur using Blockchain technology or its analogues. The advantages and disadvantages of Blockchain are presented, the index of development of Blockchain technologies is offered and calculated, which is based on the dependence of world GDP and the number of Blockchain users. It is determined that the digitalization of the economy significantly transforms the subjective, accounting, instrumental and settlement and clearing structures of the securities market. It is determined that the modern development of the securities market is accompanied by the processes of transition from the "classical" model to the "digital". An important task today is the regulatory and legal support of the securities market, taking into account the global trend of transition to the circulation of digital securities.

Key words: digital assets, digital securities, securities market, Blockchain technologies.

Постановка завдання. Визначальним трендом розвитку сучасної світової економіки став розвиток і стрімке поширення інформаційно-комунікаційних технологій, що дозволило говорити про формування так званої «цифрової економіки» та зумовило впровадження у науковий обіг понять «цифровізація» або «діджиталізація». Найбільш масштабно застосування цифрових технологій відобразилося на фінансовому секторі, оскільки внесло суттєві зміни в організацію обігу та торгівлі фінансовими інструментами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення та функціонування цифрової економіки досліджуються в роботах вітчизняних

та зарубіжних науковців, таких як О. Абакуменко, М. Авер'янов, В. Айзексон, С. Бранд, Є. Велика, С. Василенко, І. Дульська, С. Євтушенко, Б. Елбрехт, Н. Захарової, Н. Краус, О. Кудь, П. Курмаєв, Дж. Фон Нейман, Е. Петерс, Н. Ткаченко, С. Хантінгтон та інших.

В працях дослідників висвітлено теоретичні підходи та запропоновано універсальні рекомендації, щодо підходів до тлумачення поняття та розвитку цифрових цінних паперів. Водночас, питання формування та реалізації підходів до управління цінними паперами в умовах цифровізації національної економіки досліджені поверхнево, хоча на сьогодні актуальним питанням є

пошук підходів до формування ефективних стратегій розвитку ринку цінних паперів в контексті інформатизованого розвитку.

Постановка завдання. Завдання дослідження полягають у комплексному вивченні поняття «цифрові активи» та «цифрові цінні папери» та обґрунтуванні сучасних тенденцій розвитку ринку цінних паперів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток цифрової економіки та інформаційних технологій обумовив виникнення нових понять, зокрема поняття «цифрові активи» та «цифрові цінні папери».

На сьогоднішній день поняття цифрового активу не має єдиного комплексного визначення, яке повністю розкривало б суть терміну, що значно ускладнює розуміння багатьох процесів, пов'язаних з використанням цифрових активів, і досить часто впливає на спотворення і помилкове трактування інформації, закладеної в базис існування цифрових активів.

Цифрові активи за своєю сутністю виступають у формі активів або можуть відображати право власності на актив, зокрема запис прав власності на реальне або особисте майно та використання токенів для представлення потоків доходів від неліквідних активів, таких як патенти та комерційна нерухомість (іноді їх називають «токенізованими» або оцифрованими активами).

Аналізуючи сучасні підходи до розуміння сутності цифрових активів, слід зазначити, що їх переважно визначають як: «криптовалюти» [1]; «токени» [2]; «віртуальні активи» [3] або застосовують кілька понять одночасно в якості [4; 5]. І лише частина авторів застосовують поняття «цифровий актив» [6-8].

Щодо тлумачення даного поняття, то деякі науковці [9] розглядають цифрові активи як збірне поняття через відсутність законодавчої термінології та вважають, що такі активи включають в себе, в першу чергу, криптовалюти, токени та інші активи, при цьому основною відмінністю цифрових активів від цифрових валют є децентралізований характер і відсутність емітента у вигляді держави або банку.

Інші науковці [7] розглядають цифровий актив як інформаційний ресурс, похідний від права на цінність і який обертається у розподіленому реєстрі у вигляді унікального ідентифікатора.

Комісією з цінних паперів і бірж США (SEC) визначено, що цифровий актив – це цифрове представлення чогось цінного, право власності яке перевіряється і реєструється в розподіленому реєстрі. Цифровий актив частіше за все регулюється як валюта або власність. Цінною річчю, представленою цифровим активом, може бути будь-яка кількість активів, включаючи цінні папери. І більшість цифрових активів (незалежно від того,

що вони представляють) розглядаються SEC як цінні папери, принаймні протягом певного періоду часу. Міністерство фінансів США ідентифікує цифрові активи як ключову вразливість в Національній стратегії боротьби з [10].

При розгляді поняття цифрового активу його часто ідентифікують як криптовалюту. Вважаємо, що криптовалюта є цифровим активом, але не кожен цифровий актив виражений криптовалютою.

На основі проведеного дослідження теоретичного підґрунтя поняття «цифровий актив», вважаємо що цифровий актив – це об'єкт цивільних прав, який виражений у вигляді запису у розподільчій системі за допомогою програмних та апаратних засобів обробки даних, зокрема Blockchain, DLT.

Поняття «цифровий актив» включає в себе:

- криптовалюти – цифрові активи, які використовуються як одиниця обліку, предмет купівлі-продажу, засіб накопичення та обміну на товари та послуги. критерії віднесення цифрових активів встановлюються національним законодавством;

- цифрові цінні папери – цифрові активи, які представлені у бездокументарній формі цінних паперів, випуск та обіг яких відбувається згідно з вимогами законодавства, що регулює законодавство про ринок цінних паперів;

- цифрові знаки – знаки, які засвідчують майнові права власника в рамках цивільно-правових договорів з особою, що випускає цифрові знаки (віртуальні валюти), за виключенням відносин, що регулюються законодавством про ринок цінних паперів та відносин у сфері обігу криптовалют. До цифрових знаків можна віднести і токени – одиницю обліку, яка не є криптовалютою та призначена для надання цифрового балансу в деякому активі та виконуюча функцію замітника «цифрового цінного паперу». Токени представляють собою запис в реєстрі, що розподілена в Blockchain.

Дії або послідовність дій по обігу з цифровими активами є цифровими транзакціями, які відбуваються за допомогою технології Blockchain або її аналогів.

Blockchain – це технологія, що лежить в основі криптовалюти Bitcoin, але Bitcoin – не єдина версія системи розподіленої бухгалтерської книги з ланцюжком блоків на ринку. Є кілька інших криптовалют з їх власною архітектурою ланцюжка блоків і розподіленої книги.

Децентралізація технологій привела до кількох розподілів або розгалужень в мережі Bitcoin, що створило відгалуження в бухгалтерській книзі, де деякі Майнер використовують Blockchain з одним набором правил, а інші використовують Blockchain з іншим набором правил.

Блокчейн лежить в основі не просто біткойна, а в основі концепції криптовалюти.

Технологія Blockchain розвивається стрімкими темпами. Так 2017 році обсяг ринку склав 400 мільйонів доларів, а у 2018 році він перевищив 500 мільйонів доларів, а у 2024 році очікується його зростання до 20 мільярдів доларів. На березень 2018 року налічується 24 мільйони користувачів гаманця Blockchain. Протягом 2013-2018 років інвестиції у венчурний капітал в цю технологію становили 1 млрд доларів. 1,7 мільярда доларів витрачено індустрією фінансових послуг на технології, а 2,1 мільярди доларів було витрачено в усьому світі на блокчейн-рішення в 2018 році [11].

З кожним роком кількість користувачів Blockchain у світі збільшується. Для розуміння важливості та розповсюдженості Blockchain технологій у світі пропонуємо розрахувати індекс залежності Blockchain від світового ВВП, який буде виражено як відношення користувачів Blockchain-технологій до ВВП.

За розрахованими значеннями, можна побачити стрімке зростання Blockchain технологій у світовому ВВП. Так у 2013 році розрахований індекс становив 1,01, а вже на початок 2020 року збільшився до 513,59, що характеризує стрімкий розвиток Blockchain технологій у світовому ВВП.

Розвиток технології Blockchain суттєво змінив світове бізнес-середовище, зокрема за рахунок:

- токенизації – з'явилася можливість представлення реальних або віртуальних активів в Blockchain, що поширюється на сировину, готову продукцію, що приносять дохід, цінні папери, права на участь у статутних фондах та багато іншого, що дозволяє отримувати дохід у віртуальному середовищі;

- початкових пропозицій монет (ICO), в рамках яких компанія продає певну кількість цифрових токенів для широкого загалу, який направляє мільярди доларів США на платформи Blockchain, що стає альтернативою класичним борговому / капітальному фінансуванню, яке надається сьогодні венчурним капіталом і приватними акціонерними компаніями, банками. Так ICO за перші п'ять місяців 2018 року залучила 13,7 млрд доларів США. Найбільші ICO на сьогоднішній день були різноманітні і включали EOS, яка зосереджена на інфраструктурі Blockchain; Nuobi Token, монета

для південнокорейського крипто-обміну; і Hдас, платформа Інтернету речей;

- платформи корпоративного програмного забезпечення, які є рушійною силою таких операцій компанії, як фінанси, управління персоналом і управління взаємовідносинами з клієнтами, починають інтегрувати Blockchain. Наприклад, Microsoft, Oracle, SAP і Salesforce оголосили про ініціативи Blockchain. У майбутньому більшість основних бізнес-процесів будуть працювати в системах, заснованих на Blockchain, або взаємодіяти з ними. Використання Blockchain в поєднанні з платформами планування ресурсів підприємства дозволить компаніям оптимізувати процеси, полегшити обмін даними і підвищити цілісність даних.

Отже, цифровізація економіки суттєво трансформує суб'єктну, облікову, інструментальну та розрахунково-клірингову структури ринку цінних паперів. На сучасному етапі між суб'єктами традиційної фінансової системи та новими інституційними учасниками здебільшого встановилися партнерські відносини, але в недалекому майбутньому ФінТех-компанії можуть повністю замінити посередників на ринку цінних паперів за рахунок таких переваг, як мобільність, зручність, швидкість, низька вартість обслуговування, візуалізація. Окрім того, для розвитку сучасного ринку цінних в нашій країні важливим завданням є перехід до цифрової форми цінних паперів, що обумовлено світовими тенденціями.

Висновки з проведеного дослідження. Ринок цінних паперів є одним із ключових складників економіки та фінансової системи, забезпечуючи процеси мобілізації, алокації та спрямування ресурсів у розвиток економіки.

Сучасний ринок цінних паперів є складною системою економічних відносин, пов'язаний із випуском і обігом цінних паперів, діяльністю учасників ринку та їх регулюванням, відносинами, що створюють умови для функціонування суспільного капіталу шляхом випуску та обігу цінних паперів, розподілом доходу та ризиків від інвестицій. Основними чинниками, які гальмують інвестиційну активність на вітчизняному ринку цінних паперів, залишаються загальносвітова фінансова нестабільність, стрімке падіння виробничої сфери, низький платоспроможний попит та

Таблиця 1

Індекс залежності Blockchain від світового ВВП

Indicators	Роки*							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Blockchain користувачі	75685	945649	2698222	5034030	10980042	21420747	31847496	44818309
ВВП, млрд US\$	75085	77236	79333	75049	76164	80951	85910	87265
Index	1,01	12,24	34,01	67,08	144,16	264,61	370,71	513,59

* – даними на початок року

Джерело: розраховано за даними [12]

недовіра системних інвесторів. Сучасний розвиток ринку цінних паперів супроводжується процесами переходу від «класичної» моделі до «цифрової». Важливим завданням сьогодення є нормативно-правове забезпечення ринку цінних паперів з врахуванням світової тенденції переходу до обігу цифрових цінних паперів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Захарова Н. Глава Ripple: “Криптовалюты – это не валюты, а цифровые активы”. BitGit: веб-сайт. URL: <https://bitgid.com> (дата звернення:10.01.2020).
2. Великая Е. Обложат ли виртуальные активы реальными налогами? Delo: веб-портал. Дата обновления: 07.12.2018. URL: https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/oblozhat-li-virtualnye-aktivy-realnymi-nalogami-348461_5 (дата звернення:10.01.2020).
3. Віртуальні активи. Головний портал України, 2018. URL: <https://thedigital.gov.ua/regulations/povidomlennya-pro-provedennya-publichnogo-gromadskogo-obgovorennya-proyektu-zakonu-ukrayini-pro-virtualni-aktivy> (дата звернення:10.01.2020).
4. Gray G. H. New York's Fiduciary Access to Digital Assets Act. Gfrllp: web portal. Last updated: 20.10.2016. URL: <http://gfrllp.com/Portals/gfrllp/Documents/NYS-Fiduciary-Access-to-Digital-Assets-Gray-Feldman-LLP.pdf> (дата звернення:10.01.2020).
5. Lenz D. M. Afterlife on the cloud: creating a heavenly plan for electronic assets. Bar Journal. 2012. URL: https://www.ssb-law.com/media/1104/afterlife_on_the_cloud.pdf (дата звернення:10.01.2020).
6. Аверьянов М., Евтушенко С., Кочетова Е. Цифровая экономика: новые активы. itWeek: веб-сайт. URL: <https://www.itweek.ru> (дата звернення:10.01.2020).
7. Кудь А. А. Обґрунтування поняття “цифровий актив”: економіко-правовий аспект. International Journal of Education and Science, Vol. 2, No. 3, 2019 URL: <https://www.researchgate.net/publication/338225864> (дата звернення:10.01.2020).
8. Арянова Т. Какое будущее ждет цифровые активы. Ihodl Russia: веб-сайт. URL: <https://ru.ihodl.com> (дата звернення:10.01.2020).
9. Долгиева М. Цифровые активы и уголовное законодательство России. Отраслевые проблемы юридической науки и практики. 2019, № 1 (45). С. 108-113.
10. Офіційний сайт SEC. URL: www.sec.gov (дата звернення:10.01.2020).
11. Blockchain stats, facts & trends in 2019 and beyond. URL: <https://www.yourtechdiet.com/blogs/blockchain-stats-facts-trends-2019/> (дата звернення: 10.01.2020).

12. GDP (current US\$) | Data – World Bank Data – World Bank Groupdata.worldbank.org > indicator > NY.GDP.MKTP.CD. URL: <https://www.blockchain.com/ru/charts/my-wallet-n-users?timespan=all> (дата звернення:10.01.2020).

REFERENCES:

1. Zakharova N. (2018) Hlava Ripple: “Kryptovalyuty – eto ne valiuty, a tsyfrovye aktyvy”. [BitGit: veb-sajt]. URL: <https://bitgid.com> (in Ukrainian)
2. Velikaja E. (2018). Oblozhat li virtual'nye aktivy real'nymi nalogami? Delo. URL: https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/oblozhat-li-virtualnye-aktivy-realnymi-nalogami-348461_5 (accessed 10 January 2020).
3. Virtual'ni aktyvy. (2018) [Holovnyj portal Ukrainy]. URL: <https://thedigital.gov.ua/regulations/povidomlennya-pro-provedennya-publichnogo-gromadskogo-obgovorennya-proyektu-zakonu-ukrayini-pro-virtualni-aktivy> (accessed 10 January 2020).
4. Gray G. H. (2016). New York's Fiduciary Access to Digital Assets Act. [Gfrllp] URL: <http://gfrllp.com/Portals/gfrllp/Documents/NYS-Fiduciary-Access-to-Digital-Assets-Gray-Feldman-LLP.pdf> (accessed 10 January 2020).
5. Lenz D. M. (2012). Afterlife on the cloud: creating a heavenly plan for electronic assets. [Bar Journal]. 2012. URL: https://www.ssb-law.com/media/1104/afterlife_on_the_cloud.pdf (accessed 10 January 2020).
6. Aver'janov M., Evtushenko S., Kochetova E. (2018). Cifrovaja jekonomika: novye aktivy. [veb-sajt. itWeek]. URL: <https://www.itweek.ru> (in Russian)
7. Kud' A. A. (2019). Obgruntuвання поняття “tsyfrovij aktyv”: ekonomiko-pravovyj aspekt. [International Journal of Education and Science]. Vol. 2, No. 3, 2019 URL: <https://www.researchgate.net/publication/338225864> (accessed 10 January 2020).
8. Arjanova T. (2018). Kakoe budushhee zhdet cifrovye aktivy. [Ihodl Russia]. URL: <https://ru.ihodl.com> (accessed 10 January 2020).
9. Dolgieva M. (2019). Cifrovye aktivy i ugovnoe zakonodatel'stvo Rossii. [Otraslevye problemy juridicheskoy nauki i praktiki]. no. 1 (45), pp. 108-113.
10. Official site SEC (2020). URL: www.sec.gov (accessed 10 January 2020).
11. Blockchain stats, facts & trends in 2019 and beyond. (2019) URL: <https://www.yourtechdiet.com/blogs/blockchain-stats-facts-trends-2019> (accessed 10 January 2020).
12. GDP (current US\$) (2018) | Data – World Bank Data. [World Bank Groupdata.worldbank.org > indicator > NY.GDP.MKTP.CD] URL: <https://www.blockchain.com/ru/charts/my-wallet-n-users?timespan=all> (accessed 10 January 2020).

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Єлісеєва Л.В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	3
Краус Н.М., Краус К.М., Осецький В.Л. ІНСТИТУТ ВЛАСНОСТІ ТА ДОВІРИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ПРІОРИТИЗАЦІЯ, ІМПУЛЬСИ РОЗВИТКУ ТА КРИСТАЛІЗАЦІЯ ОБРИСІВ.....	9
Полуяктова О.В., Матюк Т.В. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	15

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Боярчук А.І. КРАЇНОЗНАВЧЕ БАЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	19
Грабар М.В. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ: СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	26
Кобилянська А.В. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕГАРЕГІОНАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ТА ГЛОБАЛЬНІ МЕРЕЖІ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ.....	33
Melnyk Tetiana, Pugachevska Kateryna DETERMINANTS OF ENHANCING EXPORT ORIENTATION OF UKRAINE'S SERVICES SECTOR.....	42
Наумов М.С. ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПОДОЛАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ.....	49
Шикіна О.В., Лисецька К.В. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ	54

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Кушніренко О.М. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ 3D-ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ.....	60
Левченко Я.С. ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ В ПРОЕКТЫ МОСТОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ.....	66
Ляховська О.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ М'ЯСА В УКРАЇНІ.....	73
Мізюк С.Г., Морозова М.А. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ.....	77
Петрина М.Ю., Кочкодан В.Б. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕХНОПАРКІВ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ.....	83
Печенюк А.П. ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД.....	91
Рейкін В.С., Макара О.В. КОНСАЛТИНГ В УКРАЇНІ: ОЦІНКА СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....	97
Сергієнко О.А., Гапоненко О.Є. АНАЛІЗ ФАКТОРНОГО ПРОСТОРУ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ГЛОБАЛЬНИМИ РЕЙТИНГОВИМИ ОЦІНКАМИ КРАЇН СВІТУ.....	102

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Авраменко О.В. НЕЧІТКІ КОГНІТИВНІ КАРТИ ЯК ЗАСІБ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	111
---	-----

Баценко Л.М., Галенін Р.В., Стеценко Я.Е. ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ВИНАГОРОДИ ТА ПОКАРАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	117
Богінська Л.О. ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	123
Бреус С.В., Сугоняко І.І. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ НЕЮ.....	128
Бужимська К.О., Гойхман М.В. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ.....	137
Бурлан С.А., Каткова Н.В., Циганова О.С. ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ.....	142
Вовк О.М., Панчошна Т.М., Сірівля Т.О. ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АВІАПІДПРИЄМСТВА: СТРУКТУРНИЙ ПІДХІД.....	149
Глухова В.І., Кравченко Х.В. ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	155
Дмитрук О.В. ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ЯК АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА МЕДИЧНИХ НЕПРИБУТКОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	160
Дуляба Н.І., Озарчук К.С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	165
Єрфорт І.Ю., Єрфорт Ю.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	171
Зубков С.О. МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ХАРЧУВАННЯ	176
Котовська І.В., Юрик Н.Є. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТАПІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	183
Лашчик І.І., Віблій П.І., Бондаренко Л.П. ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ В НЕРУХОМІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	190
Маковоз О.С. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	196
Олійничук О.І. ТЕХНОЛОГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АНАЛІТИКІВ ІЗ ПИТАНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА....	201
Plakhotnik Olena DEVELOPMENT OF FINANCIAL MONITORING PRINCIPLES FOR INVESTMENT PROJECTS IN THE SYSTEM OF TRANSFORMATIVE CHANGES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	207
Полковниченко С.О., Гурський В.А., Хоменок М.В. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ СПОРТУ.....	213
Рожко Н.Я. РОЗВИТОК РИНКУ ОВОЧІВ ТА ФРУКТІВ НА ЗАСАДАХ СИМБІОЗУ КОНФРОНТАЦІЇ ТА КООПЕРАЦІЇ.....	219
Савченко О.Р. ГОСПОДАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	226
Сакун Л.М., Дорожкіна Г.М., Ткач О.Ю. ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	231
Селезньова Г.О., Іпполітова І.Я. ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	238
Слободянюк Н.О., Шокер Р.І. УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У КОНТЕКСТІ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	245
Сухачова О.О. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ЯКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	251
Черкашина А.О., Головка О.Г. ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	254

Шіковець К.О., Квіта Г.М., Безсмертна Ю.С. ПЛАН-ФАКТНИЙ БІЗНЕС-АНАЛІЗ У СЕРЕДОВИЩІ MICROSOFT POWER BI.....	260
РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Аверкина М.Ф., Окτισюк Є.В. МОДЕЛЮВАННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ КЛІЄНТА	267
Федоренко О.О., Коваленко Н.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	273
РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Ковалевська І.М., Тарасова В.В. СЕРТИФІКАЦІЯ ПЛЯЖНОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА ПРОГРАМОЮ BLUE FLAG.....	277
Ковальчук С.Я., Лукіяненко Р.О. ЦИРКУЛЯРНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ	284
РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Капітанець С.В. СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	291
Лункіна Т.І. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ: ОСОБЛИВОСТІ, ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ	297
Тараєвська Л.С. ІНФРАСТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	304
Тернопільська В.І., Бакуліна О.С. УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ: ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ ТА ДОЦІЛЬНОСТІ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ.....	309
РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Антоненко В.М. СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	313
Антонюк О.І. ІНСТРУМЕНТИ МАКРОПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ.....	321
Квасницька Р.С., Дячук Д.І. ЗМІСТОВА ПАРАДИГМА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ.....	328
Кузнецов А.М., Деркач Ю.Б. РЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТІЖНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	334
Легкоступ І.І., Андрюк А.М. БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ: НЕОБХІДНІСТЬ, РЕЗУЛЬТАТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	339
Мусієнко В.О., Зінченко М.Е. ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ – ГЕНЕРАТОР ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ.....	346
Руда О.Л. ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ.....	353
Савастєєва О.М. ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОВНОВАЖЕНЬ КАЗНАЧЕЙСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	359
РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Бражнікова Л.М., Гарна С.О., Шнурко А.М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	365
Брік С.В. ПЕРЕРАХУНОК ПДВ ЗА 2019 РІК: ПОДАТКОВИЙ АУДИТ ТА БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК.....	371
Гаркуша С.А. ЗАПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	375

Гевлич Л.Л., Калачик А.В. МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ.....	380
Кучеркова С.О. ПРОБЛЕМИ РОЗУМІННЯ ПРИБУТКУ З ПОГЛЯДУ КЕРІВНИКА І БУХГАЛТЕРА.....	386
Людвенко Д.В. ВПЛИВ ФІЗИЧНОЇ ТЕОРІЇ НА РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ТВАРИННИЦТВА.....	392
РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Гадецька З.М. ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ HR-АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	398
Ладик С.Р., Базилюк К.Ф. ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	404
Чмерук Г.Г., Стороженко О.О. СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	409
Барна М.Ю., Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	415
Семенов А.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	422
Гільорме Т.В. ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	429
Селіверстова Л.С. УПРАВЛІННЯ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	436

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Yelisieieva Liudmyla

COMMUNICATION OF SOCIAL CAPITAL AND ECONOMIC DECENTRALIZATION
IN THE INFORMATION NETWORK ECONOMY..... 3

Kraus Nataliia, Kraus Kateryna, Osetskyi Valerii

THE INSTITUTE OF PROPERTY AND TRUST IN NATIONAL ECONOMY:
PRIORITIZATION, IMPULSE OF DEVELOPMENT
AND CRYSTALIZATION OF FACILITIES.....9

Polujaktova Olha, Matiuk Tetiana

HUMAN CAPITAL AS A FACTOR OF INSTITUTIONAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY.....15

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Boiarchuk Alyona

CROSS-CULTURAL VISION OF INTERNATIONAL TRANSPORTATION
IN INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH..... 19

Hrabar Maryna

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN THE TOURIST MARKET:
MODERNITY AND PERSPECTIVES..... 26

Kobylianska Alla

MACROECONOMIC ASPECTS OF MEGAREGIONAL UNIONS' FUNCTIONING
AND GLOBAL VALUE NETWORKS.....33

Melnyk Tetiana, Pugachevska Kateryna

DETERMINANTS OF ENHANCING EXPORT ORIENTATION OF UKRAINE'S SERVICES SECTOR.....42

Naumov Maksym

INFLUENCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY ON OVERCOMING
THE DISPROPORTION OF REGIONAL DEVELOPMENT..... 49

Shykina Olga, Lisetskaya Karina

TREND ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY 54

SECTION 3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Kushnirenko Oksana

PROBLEMS AND PROSPECTS OF 3D TECHNOLOGY MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE..... 60

Levchenko Yaroslava

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP: WORLD EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR ITS
IMPLEMENTATION IN PROJECTS OF UKRAINE'S BRIDGES BUILDING..... 66

Liahovska Olena

CURRENT TRENDS OF MEAT PRODUCTION AND PROCESSING IN UKRAINE..... 73

Miziuk Svetlana, Morozova Maryna

STUDY OF FOREIGN TRADE STRUCTURE OF UKRAINE
AND ITS STRATEGIC PRIORITIES..... 77

Petryna Mariya, Kochkodan Volodymyr

FEATURES OF INNOVATIVE POTENTIAL REALIZATION
OF TECHNOLOGICAL PARKS IN WORLD'S LEADING COUNTRIES..... 83

Pecheniuk Alla

ASSESSMENT OF INTANGIBLE TOURIST RESOURCES OF RURAL COMMUNITIES..... 91

Reikin Vitalii, Makara Oksana

CONSULTING IN UKRAINE: CONDITION ASSESSMENT AND DEVELOPMENT TRENDS..... 97

Sergienko Olena, Gaponenko Olga

ANALYSIS OF THE FACTOR SPACE OF PERFORMANCE LOGISTIC ACTIVITY INDICATORS
BY GLOBAL RATING EVALUATIONS OF THE WORLD.....102

SECTION 4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Avramenko Olena

FUZZY COGNITIVE MAPS AS A MEANS OF MODELING
THE ENTERPRISE LOGISTICS SERVICES SYSTEM.....111

Batsenko Liudmyla, Halenin Roman, Stetsenko Yaroslav BALANCE OF REWARDS AND PUNISHMENTS IN THE ENTERPRISE OF MANAGEMENT MOTIVATION SYSTEM.....	117
Boginska Lyudmila DEFINITION OF STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF A BUILDING ENTERPRISE.....	123
Breus Svitlana, Suhoniako Iryna EVALUATION THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN THE CONTEXT OF MANAGING THEM.....	128
Buzhymyska Kateryna, Hoikhman Maria ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE SECTOR OF SERVICES FOR POPULATION.....	137
Burlan Svitlana, Katkova Natalia, Tsyhanova Olexandra THE GENERAL TRENDS OF DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF UKRAINE.....	142
Vovk Olha, Panchoshna Tetiana, Sirivlya Tetiana THE FORMATION OF AVIATION ENTERPRISES' HUMAN RESOURCES: A STRUCTURAL APPROACH.....	149
Glukhova Valentina, Kravchenko Kristina THE INFLUENCE OF THE STATE FINANCIAL POLICY ON THE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	155
Dmytruk Olena FORMATION OF THE MARKETING COMPLEX AS A CURRENT PROBLEM OF MEDICAL NON-PROFITABLE ENTERPRISES.....	160
Duliaba Nataliia, Ozarchuk Katerina THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM FORMATION FEATURES OF FINANCIAL SERVICES ENTERPRISES.....	165
Erfort Irina, Erfort Yury THE IMPROVEMENT OF PRICING IN THE SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES.....	171
Zubkov Serhii INTERDISCIPLINARY METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE STUDY OF FOOD SPHERE ENTERPRISES' MANAGEMENT PROCESSES.....	176
Kotovska Iryna, Yuryk Natalia DEFINING THE STAGES OF THE STRATEGIC PLANNING PROCESS IN THE CONTEXT OF ENTERPRISES' MANAGEMENT SYSTEM.....	183
Lashchyk Iryna, Viblyi Petro, Bondarenko Lidya RESEARCH OF ACCESSIBILITY OF INVESTMENT IN REAL ESTATE IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT.....	190
Makovoz Oksana FORMATION OF A CONTROL SYSTEM OF ECONOMIC POTENTIAL AS STRATEGY TO IMPROVING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE.....	196
Oliynychuk Oleksandra TECHNOLOGY OF ACTIVITY OF ANALYSTS' ON ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY	201
Plakhotnik Olena DEVELOPMENT OF FINANCIAL MONITORING PRINCIPLES FOR INVESTMENT PROJECTS IN THE SYSTEM OF TRANSFORMATIVE CHANGES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	207
Polkovnychenko Svitlana, Hurskyy Volodymyr, Khomyenok Mykhaylo FEATURES OF IMPLEMENTATION OF THE MARKETING COMPLEX IN SPORTS.....	213
Rozhko Nataliya DEVELOPMENT OF THE VEGETABLES AND FRUITS MARKET ON THE BASIS OF SYMBIOSIS OF CONFRONTATION AND COOPERATION.....	219
Savchenko Olga ECONOMIC COMMUNICATIONS OF AN ENTERPRISE.....	226
Sakun Lesia, Dorozhkina Ganna, Tkach Olena WAYS OF IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGIES OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES.....	231
Seleznova Halyna, Ippolitova Inna EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM.....	238
Slobodyanyuk Natalija, Shoker Rymma MANAGEMENT OF RESOURCE POTENTIAL IN THE CONTEXT OF FINANCIAL SECURITY MECHANISM OF AN ENTERPRISE.....	245

Sukhachova Olga CONCEPT APPROACH FOR QUALITY AND EFFICIENCY OF MANAGERIAL DECISIONS.....	251
Cherkashina Alina, Golovko Elena WAYS TO IMPROVE ENTERPRISE'S FINANCIAL STATUS.....	254
Shikovets Catherine, Kvita Galina, Bezsmertnaya Julia BUSINESS FACT PLAN-ANALYSIS AT MICROSOFT POWER BI.....	260
SECTION 5. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Averkyna Maryna, Oktysiuk Yevhenii MODELLING CLIENT'S CREDITABILITY	267
Fedorenko Alexander, Kovalenko Nataliia INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGIONS OF UKRAINE.....	273
SECTION 6. ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION	
Kovalevska Iryna, Tarasova Valentine CERTIFICATION OF THE BEACH RECREATION FACILITIES ACCORDING TO THE BLUE FLAG PROGRAM.....	277
Kovalchuk Svetlana, Lukiiianenko Roman CIRCULAR BUSINESS MODELS IN AGRICULTURAL SPHERE.....	284
SECTION 7. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Kapitanets Svitlana SOCIAL CAPITAL AS AN IMPORTANT RESOURCE OF STATE DEVELOPMENT.....	291
Lunkina Tetyana SOCIAL ENTERPRISES IN UKRAINE AS A MODERN TREND OF DEVELOPMENT: FEATURES, FINANCIAL ASPECTS.....	297
Tarayevska Lesya INFRASTRUCTURAL ELEMENTS OF THE LABOR MARKET OF UKRAINE.....	304
Ternopil'ska Valentina, Bakulina Oksana SOCIAL PROJECT MANAGEMENT: OBJECTIVES FORMATION AND PURPOSE OF THEIR IMPLEMENTATION.....	309
SECTION 8. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Antonenko Valentyna MODERN REQUIREMENTS FOR DETERMINING THE ESSENCE OF THE ENTERPRISE'S FINANCIAL POTENTIAL.....	313
Antonyuk Olena MACROPRODUCTION POLICY INSTRUMENTS AND THEIR USE IN UKRAINE.....	321
Kvasnytska Raisa, Dyachuk Dmytro ESSENTIAL PARADIGM AND MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF BANKING INNOVATIONS IN UKRAINE.....	328
Kuznetsov Andriy, Derkach Yuliya REGULATION OF THE PAYMENT MARKET OF UKRAINE.....	334
Lehkostup Ihor, Andryuk Anna BUDGETARY DECENTRALIZATION IN UKRAINE: NECESSITY, RESULTS AND PROSPECTS.....	339
Musiienko Victoriia, Zinchenko Maryna FINANCIAL ENGINEERING – GENERATOR OF FINANCIAL INNOVATIONS.....	346
Ruda Oksana REMOTE SERVICE IN THE BANKING SYSTEM.....	353
Savastieieva Oksana VECTORS OF TRANSFORMATION OF TREASURY AUTHORITIES IN CURRENT CONDITIONS OF LOCAL BUDGET EXECUTION.....	359
SECTION 9. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Brazhnikova Larisa, Garna Svetlana, Shnyrko Antonina FEATURES OF THE FORMATION OF ELECTRONIC REPORTING SYSTEMS AT UKRAINIAN ENTERPRISES.....	365

Brik Svitlana VAT CALCULATION FOR 2019: TAX AUDIT AND ACCOUNTING.....	371
Harkusha Serhii IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT REPORTING IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT ACCOUNTING AT THE ENTERPRISE.....	375
Hevlych Larysa, Kalachyk Alina INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARD FOR UKRAINIAN SMALL ENTERPRISES: NECESSITY AND ADVISABILITY.....	380
Kucherkova Svitlana PROBLEMS OF UNDERSTANDING PROFIT FROM THE VIEW OF THE MANAGER AND ACCOUNTANT.....	386
Liudvenko Dmytro THE INFLUENCE OF PHYSICAL THEORY ON ACCOUNTING DEVELOPMENT IN ACCOUNTING AND INFORMATION SECURITY MANAGEMENT.....	392
SECTION 10. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Gadetska Zoya INTRODUCTION OF MODERN PERSONNEL-TECHNOLOGIES HR-OUTSOURCING AT THE ENTERPRISE	398
Ladyk Sofiia, Bazyluk Kseniia PROBLEMS OF USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR TRAINING OF TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS PROFESSIONALS.....	404
Chmeruk Halyna, Storozhenko Oksana SPECIFICITY OF ORGANIZATION OF ACTIVITY OF ECONOMIC ENTITIES IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF ECONOMY.....	409
Barna Marta, Hlinenko Larysa, Daynovskyy Yuriy FACTORS OF COMPETITIVENESS OF RESTAURANT ENTERPRISES.....	415
Semenov Andrii RESEARCH OF THE COMPLEX OF MARKETING COMMUNICATIONS OF THE ENTERPRISE.....	422
Hilorme Tetiana INTRODUCTION OF A MODERN MODEL OF ENERGY SAVING TECHNOLOGY MANAGEMENT AT ENTERPRISES.....	429
Seliverstova Liudmyla SECURITIES MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT.....	436

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 39

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Засновник видання:

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса редакції: вул. Інглєзі 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